

DIE BALANS TUSSEN DIE EKSPRESSIEWE EN RELASIONELE BOODSKAPPE IN DONASIEBRIEWE VAN DIE UNIVERSITEIT STELLENBOSCH

'n Onderzoek na die effek daarvan op beeldvorming

Anica van Wyk



Tesis ingelewer ter gedeeltelike voldoening aan die vereistes vir die
graad van MPhil in Dokumentanalise en ontwerp aan die Universiteit
Stellenbosch

Studieleier

Prof. L.G De Stadler

Maart 2010

Verklaring:

Deur hierdie tesis elektronies in te lewer, verklaar ek dat die geheel van die werk hierin vervat, my eie, oorspronklike werk is, dat ek die outeursregeienaar daarvan is (behalwe tot die mate uitdruklik anders aangedui) en dat ek dit nie vantevore, in die geheel of gedeeltelik, ter verkryging van enige kwalifikasie aangebied het nie.

.....
Handtekening

.....
Datum

Summary

In this study the balance between relational and expressive messages on the image formation and projection of a document is studied. To study the effect of these messages, a case study was done on one of the donation letters of Stellenbosch University (SU).

The purpose of the research was firstly to establish what the image formation and projection of the SU was. The quality of the SU's image and communication had to be determined. Secondly, the degree of attachment between the SU and respondents was measured to see if it had any influence on the way that they perceived the SU.

The IFP-model (Image Formation and Projection model) served as a theoretical basis for the study – the model postulates that various document design aspects and concepts such as image, identity and culture influence each other. The model was then used to a) identify problematic areas in the documentation b) form the basis of the questionnaire and c) explain the connection between the image formation and projection, and the style aspects in the document.

The third goal of the research was to operationalize the relational and expressive messages by manipulating specific style aspects. The researcher had determined that the two messages were imbalanced in the original donation letter, to the extent that the reader did not have any real 'presence' in the document. The researcher then proceeded to design a second version of the donation letter, but with the relational and expressive messages brought into balance.

Alumni of the SU were chosen as respondents for the study. The Stellenbosch Foundation distributed the questionnaires, along with the two versions of the letter. The researcher had decided upon e-mail as a distribution channel to discount any geographical bias. Two variables were used: Race (coloured and white persons) and age. Younger than 35 years of age, and 35 years of age or older than 35 were chosen as arbitrary cutoff points for respondents.

The results were processed statistically so that trends and data could be displayed clearly. Results showed that alumni do have a positive image of the SU, as well as its communication. Alumni also feel reasonably connected to the SU. A strong preference was however shown for the redesigned donation letter, wherein

the two messages are balanced out. This means that the SU's image is projected in a more positive way in a document where the reader has a bigger presence.

Opsomming

In hierdie studie is daar ondersoek watter invloed 'n wanbalans tussen die relasionele en ekspressiewe boodskappe in 'n dokument op die beeldvorming en projeksie van daardie dokument het. Vir hierdie ondersoek is een van die Universiteit Stellenbosch (US) se donasiebriewe as gevallestudie gebruik.

Die doel van die navorsing was eerstens om te bepaal hoe die beeldvorming en-projeksie van die US daar uitsien. Daar moes dus vasgestel word hoe gunstig die beeld van die US is en wat die opvatting oor die US se kommunikasie is. Tweedens is gepoog om die graad verbondenheid en verhouding tussen die US en die respondente te meet, om te sien of dit 'n invloed het op hoe hulle die US sien.

Die IFP-model (Image Formation and Projection) dien as 'n teoretiese basis vir die studie – die model postuleer dat verskeie dokumentontwerp-aspekte en konsepte soos beeld, identiteit en kultuur, 'n wedersydse invloed op mekaar het. Die model is dus gebruik om a) probleemareas in die dokument te identifiseer, b) die basis van die vraelys te vorm, en c) die verband tussen die beeldvorming en projeksie van die US, en die stilistiese aspekte te verduidelik.

Die derde doel van die navorsing was om die relasionele en ekspressiewe boodskappe te operasionaliseer in verskeie stylaspekte, sodat dit gemanipuleer kan word. Die navorser het bepaal dat daar 'n wanbalans bestaan tussen die twee boodskappe in die oorspronklike donasiebrief, en dat hierdie wanbalans veroorsaak dat die leser nie werklik 'n 'teenwoordigheid' in die dokument het nie. Om die effek van hierdie wanbalans te toets, is 'n tweede weergawe van die brief ontwerp, waarin die twee boodskappe in balans gebring word.

Alumni van die US is as teikengroep gekies vir die studie. Die Stellenbosch Stigting het vraelyste, tesame met die twee weergawes van die donasiebrief aan hulle gestuur. Die navorser het besluit op e-pos as 'n distribusiemetode om enige geografiese bevooroordeeldheid te voorkom. Die twee veranderlikes was ras (bruin en wit persone) en ouderdom. Jonger as 35, en 35 of ouer as 35 is gekies as arbitrêre afsnypunt vir respondente.

Die resultate is statisties verwerk om duidelike tendense en data te bekom. Resultate het getoon dat die alumni wel 'n positiewe beeld van die US het, asook sy kommunikasie. Alumni voel ook nog redelik verbonde aan die US. 'n Voorkeur

is egter getoon vir die herontwerpte brief, d.w.s. waar die balans tussen die boodskappe eweredig is. Dit dui aan dat die US se beeld beter uitgedra sal word (of op 'n positiewer wyse) as die leser ingetrek word deur die teks.

Bedankings

Aan God wat my die inspirasie en deursettingsvermoë gegee het om hierdie projek te voltooi.

Aan my studieleier, prof. Leon De Stadler, vir sy aansteeklike entoesiasme en leiding met die studie.

Aan my ouers, Nico en Amanda, en my suster Celeste. Dankie vir julle geduld en ondersteuning; dit het baie vir my beteken.

Aan Erina Basson, Lize Vorster en Phillip du Plessis vir hulle waardevolle insette en hulp met redigering en ontwerp.

Dankie aan die volgende persone by die Stellenbosch Stigting, Me Annamia van den Heever, Mnr. Sidney van Heerden, Me. Heidi October en veral Me. Malena Fourie - sonder julle sou ek nie hierdie projek kon voltooi nie, en ek is ewig dankbaar vir al die bystand wat julle verleen het.

Me. Maryke Hunter-Hüsselman, wat my bygestaan het met die etiekvorms; baie dankie.

Prof. Martin Kidd, vir sy waardevolle hulp met die verwerking en interpretasie van die data.

Laastens, maar nie die minste nie, my Mphil-vriendinne, Amor, Wilmarie en Mariska - dankie vir al die aanmoediging.

Inhoudsopgawe

Summary	i
Opsomming	iii
Bedankings	v
Inhoudsopgawe	vi
Opsomming van figure	ix
Opsomming van figure	xv

Hoofstuk 1 – Inleiding

1.1 Agtergrond	1
1.2 Posisionering van die studie	4
1.3 Die Universiteit Stellenbosch: 'n Gevallestudie	5
1.3.1 Wie is die alumni?	5
1.3.2 Skakeling tussen alumni en die US	6
1.3.3 Kontroversie aan die US	7
1.3.4 Skriftelike kommunikasie	9
1.3.5 Skenkings: Huidige problematiek	10
1.4 Metodologie	
1.4.1 Navorsingsontwerp	11
1.4.2 Briefanalise en konstruksie	12
1.4.2.1 Brief A	12
1.4.2.2 Brief B	13
1.4.3 Pre-toetse	14
1.4.4 Vraelysmetodologie	15
1.4.4.1 Vraelysformaat	15
1.4.4.2 Respondente	17
1.4.4.3 Distribusie	19
1.5 Samevatting	19

Hoofstuk 2 – Teoretiese Model

2.1 Inleiding	20
2.2 Institusionele beeld	21
2.2.1 Die tweeledige aard van beeld	22
2.2.2 Beeldbestuur	23
2.2.3 Reputasie	23

2.3 Institusionele identiteit	24
2.4 Institusionele kultuur	25
2.5 Toegang	27
2.5.1 Fisiese toegang, evaluering en aanvaarding	27
2.5.2 Intellektuele toegang, evaluasie en aanvaarding	27
2.5.3 Emosionele toegang, evaluasie en aanvaarding	28
2.6 Boodskappe	28
2.6.1 Die referensiële boodskap	28
2.6.2 Die appellerende boodskap	29
2.6.3 Die ekspressiewe boodskap	29
2.6.4 Die relasionele boodskap	29
2.7 Samevatting	30

Hoofstuk 3 – Teksanalise

3.1 Inleiding	31
3.2 Die vier deelboodskappe	31
3.3 Die stylaspekte	32
3.3.1 Die primêre veranderinge	33
3.3.1.1 Tweedepersoonsverwysings	33
3.3.1.2 Die inklusiewe ons	34
3.3.1.3 Verwydering van onduidelikhede of obskure taalgebruik	35
3.3.1.4 Nuwe sinne wat die relasionele boodskap bevat	37
3.3.1.5 Oudmodiese woorde	39
3.3.2 Die sekondêre veranderinge	40
3.3.2.1 Vereenvoudigde sinne	41
3.3.2.2 Formele woordkeuse	43
3.3.2.3 Die eksklusiewe 'ons'	43
3.3.3 Opsomming van kwantifisering: veranderinge	44
3.4 Samevatting	44

Hoofstuk 4 - Vraelysondersoek en resultate

4.1 Inleiding	45
4.2 Algehele Response	46
4.2.1. Biografiese Inligting	47

4.2.2 Afdeling A	50
4.2.3 Afdeling B	61
4.2.4 Afdeling C	68
4.2.5 Afdeling D	74
4.2.6 Afdeling E	88
4.3 Individuele Vraelysresultate	93
4.3.1 Betroubaarheid van die meetinstrument	102
4.3.2 Afdeling A	102
4.3.3 Afdeling B	104
4.3.4 Afdeling C	106
4.3.5. Afdeling D	114
4.3.6 Afdeling E	130
4.3.7 Korrelasies tussen items in die vraelys	142
4.4 Samevatting	149

Hoofstuk 5 – Oorsig oor Resultate

5.1 Inleiding	150
5.2 Oorsigtelike agtergrond oor die studie	151
5.3 Bespreking van probleemstellings	152
5.4 Tematiek van die vraelys	155
5.4.1 Die beeld van die US	155
5.4.2 Die kommunikasie van die US	156
5.4.3 Alumni se verhouding met die US	156
5.3. Teksaspekte	157
5.3.1 Aanspreekvorme	157
5.3.2 Woordkeuse	157
5.3.3 Sinskonstruksie	157
5.3.4 Die relasionele boodskap	158
5.3.5 Beeldspraak	158
5.5 Die IFP-model as teoretiese konstruk	158
5.6 Selfkritiek	159
5.7 Verdere navorsingsmoontlikhede	160
5.8 Samevatting	161
Bronnelys	162
Bylaag A: Brief A, die oorspronklike donasiebrief	
Bylaag B: Brief B, die herontwerpte donasiebrief	
Bylaag C: Die vraelys	

Opsomming van figure

Figuur 2.1: Die IFP-model	20
Figuur 3.1: Tweedepersoonsverwysings	34
Figuur 3.2: Die gebruik van 'ons'	35
Figuur 3.3: Relasionele sinne	39
Figuur 3.4: Aktiewe en passiewe sinne	42
Figuur 4.1: Die aantal respondente uit die twee ouderdomsgroepe	48
Figuur 4.2: Die aantal respondente uit die twee rasse-groepe	49
Figuur 4.3: Alle respondente se houdings teenoor die akademiese standaarde van die US	50
Figuur 4.4: Alle respondente se houdings teenoor die multikulturaliteit aan die US	51
Figuur 4.5: Alle respondente se houdings teenoor die toeganklikheid aan die US	52
Figuur 4.6: Alle respondente se houdings oor die feit dat die US homself 'n 'kennisvennoot' noem vir sy studente en oudstude	53
Figuur 4.7: Alle respondente se mening teenoor die graad van respek wat die US aan sy alumni toon	54
Figuur 4.8: Alle respondente se houdings teenoor die US se sosio-ekonomiese relevansie	55
Figuur 4.9: Alle respondente se houdings teenoor die betrokkenheid van die US by die plaaslike gemeenskap	56
Figuur 4.10: Alle respondente se tevredenheid met die manier waarop diversiteit aan die US hanteer word	57
Figuur 4.11: Alle respondente se menings of die US tradisiegebode is al dan nie	58
Figuur 4.12: Alle respondente se houdings oor die bekwaamheid van die akademiese personeel aan die US	59
Figuur 4.13: Alle respondente se houdings teenoor die bekwaamheid van die administratiewe personeel aan die US	59
Figuur 4.14: Alle respondente se houding teenoor die manier waarop die US met hulle kommunikeer	61
Figuur 4.15: Alle respondente se mening of die kommunikasie van die US professioneel is	62
Figuur 4.16: Alle respondente se gedrag t.o.v US kommunikasie	63
Figuur 4.17: Alle respondente se houdings teenoor die kommunikasie van die US, wat verveligheid betref	63

Figuur 4.18: Alle respondente se houding oor die graad waartoe die US opreg en eerlik in sy kommunikasie voorkom	64
Figuur 4.19: Alle respondente se mening oor die US se graad van belangstelling in hulle	65
Figuur 4.20: Alle respondente se houding teenoor die US se geneentheid om 'n verhouding op te bou	66
Figuur 4.21: Alle respondente se houdings teenoor die beeld van die US	67
Figuur 4.22: Alle respondente oor die ontvangs van 'n donasiebrief of vorm	68
Figuur 4.23: Alle respondente se mening oor hulle gekose aanspreekvorm	69
Figuur 4.24: Alle respondente se houding teenoor brief A	70
Figuur 4.25: Alle respondente se houding teenoor brief B	71
Figuur 4.26: Respondente se houding teenoor die taalgebruik in brief A	72
Figuur 4.27: Alle respondente se houding teenoor die taalgebruik in brief B	73
Figuur 4.28: Alle respondente se houdings teenoor hulle verbintenis met die US	74
Figuur 4.29: Alle respondente se lojaliteit teenoor die US	75
Figuur 4.30: Alle respondente se houdings teenoor gesamentlike waardes tussen hulself en die US	75
Figuur 4.31: Alle respondente se graad van trotsheid op hulle Matie-status in die verlede	76
Figuur 4.32: Alle respondente se graad van trotsheid op hulle Matie-status in die hede	77
Figuur 4.33: Alle respondente se response oor hulle sosiale groep se houdings teenoor die US	78
Figuur 4.34: Alle respondente se houdings teenoor donasiebriewe in die algemeen	79
Fig. 4.35: Alle respondente se antwoorde i.v.m. hulle familie se skenkingsgedrag	80
Figuur 4.36: Alle respondente se skenkingsgedrag	81
Figuur 4.37: Alle respondente se skenkingsgedrag teenoor ander instansies of organisasies	81
Figuur 4.38: Alle respondente se houdings teenoor die US se pogings om in verbinding te bly	83

Figuur 4.39: Respondente se houdings teenoor die US se geneentheid om na hulle griewe en klagtes te luister	84
Figuur 4.40: Respondente se menings of die US trots is op hulle al dan nie	85
Figuur 4.41: Alle respondente se houdings oor hulle ervarings met akademici aan die US	86
Figuur 4.42: Alumni se houdings teenoor die US se administratiewe beamptes	87
Figuur 4.43: Alle respondente se gedrag t.o.v. alumni-skakelingsgeleenthede	87
Figuur 4.44: Response tot vraag 47	89
Figuur 4.45: Alle response op vraag 48	90
Figuur 4.46: Alle response op vraag 49	92
Figuur 4.47: Alle response op vraag 50	93
Figuur 4.48: Alle response op vraag 51	95
Figuur 4.49: Alle response op vraag 52	96
Figuur 4.50: Alle response op vraag 53	98
Figuur 4.51: Alle response op vraag 54	99
Figuur 4.52: Alle response op vraag 55	100
Figuur 4.53: Ouderdomsgroepe se houding oor die beeld van die US	103
Figuur 4.54: Rasse-groepe se houding oor die beeld van die US	103
Figuur 4.55: Al vier groepe in vergelyking met mekaar	104
Figuur 4.56: Ouderdomsgroepe se houding oor die kommunikasie van die US	105
Figuur 4.57: Rasse-groepe se houding teenoor die kommunikasie van die US	105
Figuur 4.58: Alle groepe se houdings teenoor die kommunikasie van die US	106
Figuur 4.59: Respondente van albei rasse oor hulle ontvangs van 'n US-donasiebrief	107
Figuur 4.60: Respondente van albei ouderdomme oor hulle ontvangs van 'n US-donasiebrief	107
Figuur 4.61: Respondente van albei rasse se houdings oor aanspreekvorme	108
Figuur 4.62: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houdings oor aanspreekvorme	108
Figuur 4.63: Respondente van albei rasse se houding teenoor brief A	109

Figuur 4.64: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor brief A	109
Figuur 4.65: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B	110
Figuur 4.66: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor brief B	111
Figuur 4.67: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief A se styl	111
Figuur 4.68: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief A se styl	112
Figuur 4.69: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B se styl	112
Figuur 4.70: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B se styl	113
Figuur 4.71: Respondente van al vier groepe se verbondenheid aan die US	114
Figuur 4.72: Respondente van al vier groepe se lojaliteit aan die US	115
Figuur 4.73: Respondente van vier groepe se houding oor hulle en die US se ooreenstemming van waardes	116
Figuur 4.74: Respondente van al vier groepe se houdings teenoor hulle Matie status in die verlede	117
Figuur 4.75: Respondente van al vier groepe se houdings teenoor hulle Matie status in die hede	118
Figuur 4.76: Respondente van al vier groepe oor hulle vriendekring/familie se houding i.v.m die US	119
Figuur 4.77: Respondente van al vier groepe se reaksie wanneer hulle 'n donasiebrief ontvang, ongeag die bron	120
Figuur 4.78: Respondente van al vier groepe oor hulle vriendekring/familie se skenkingsgedrag	121
Figuur 4.79: Respondente van al vier groepe oor hulle skenkingsgedrag i.v.m die US	122
Figuur 4.80: Respondente van al vier groepe oor hulle skenkingsgedrag oor die algemeen	123
Figuur 4.81: Respondente van al vier groepe se houding teenoor die US se kommunikasiepogings	124
Figuur 4.82: Respondente van al vier groepe se houding oor die US se ontvanklikheid vir griewe en klag	125

Figuur 4.83: Respondente van al vier groepe oor die US se trotsheid op sy alumni	126
Figuur 4.84: Respondente van al vier groepe se houding teenoor hulle ervarings met US-dosente	127
Figuur 4.85: Respondente van al vier groepe se houding teenoor hulle ervarings met die US se administrasie beamptes	128
Figuur 4.86: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 47	129
Figuur 4.87 Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 47	130
Figuur 4.88: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 48	131
Figuur 4.89: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 48	132
Figuur 4.90: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 49	132
Figuur 4.91: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 49	133
Figuur 4.92: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 50	134
Figuur 4.93: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 50	134
Figuur 4.94: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 51	135
Figuur 4.95: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 52	136
Figuur 4.96: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 52	137
Figuur 4.97: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 52	137
Figuur 4.98: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 53	138
Figuur 4.99: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 53	139
Figuur 4.100: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 54	139

Figuur 4.101: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 54	140
Figuur 4.102: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 55	141
Figuur 4.103: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 55	141
Figuur 4.104: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 55	142
Figuur 4.105: Die korrelasie tussen die US se beeld en kommunikasie	143
Figuur 4.106: Die korrelasie tussen alumni-verhoudings en die beeld van die US	144
Figuur 4.107: Die korrelasie tussen alumni-verhoudings en die US se kommunikasie	145
Figuur 4.108: Die korrelasie tussen respek getoon deur die US, en aanspreekvorme in die donasiebrief	146
Figuur 4.109: Die korrelasie tussen vraag 50 en vraag 31	147
Figuur 4.110: Die korrelasie tussen vraag 51 en vraag 31	148
Figuur 4.111: Die korrelasie tussen die US se beeld, en sy verwysing na homself in die donasiebrief	149

Opsomming van tabelle

Tabel 3.1: Aktiewe en passiewe sinne	41
Tabel 3.2: Styl-elemente en frekwensie van gebruik	44
Tabel 3.3: Verbale Likert-skaal	46
Tabel 3.4: Verbale Likert-skaal met numeriese waardes	46
Tabel 4.1: Vergelyking tussen 'hede' en 'verlede' houdings van respondente oor die US	77
Tabel 4.2: Die skenkingsgedrag	82

HOOFSTUK 1

Inleiding

1.1 Agtergrond

'n Gunstige beeld is vir enige instansie van kardinale belang: dit is 'n konsep wat aanwesig is in elke inisiatief wat die instansie aanpak, asook hoe sy kliënte teenoor hom reageer. Hierdie beeld is net in 'n sekere mate beheerbaar deur die instansie, en dit is wat die konsep so onberekenbaar maak. 'n Instansie se beeld kom baie duidelik na vore in sy dokumentasie aan sy kliënte, wat die primêre kanaal is waardeur 'n verhouding tussen die twee opgebou word. Dit is dan belangrik om die beeld wat hier deurgegee word, d.w.s. die uitgestraalde beeld, so positief as moontlik te probeer maak. Wanneer 'n kliënt 'n positiewe beeld van die instansie het, is hy meer geneig om vertroue in die instansie te hê, andere te vertel van die instansie en versoeke na te kom wat die instansie aan hom rig. Die voornaamwoord 'hy' word gebruik vir makliker leesbaarheid, vir die doel van hierdie studie verwys dit egter na manlike asook vroulike persone, en in sommige gevalle, instansies. Die Universiteit Stellenbosch word hier as 'n gevallestudie bestudeer. Al is dit 'n akademiese instansie, funksioneer hy ook as 'n besigheid in die sin dat hy kliënte het (o.a. voornemende studente, huidige en oud-studente) en 'n begroting het wat moet kloep. Terselfdertyd moet daar voortdurend gewerk word aan die verhouding wat die instansie met sy kliënte het om hulle gelukkig te hou.

Donasiebriewe is dokumente wat deur die US uitgestuur word aan oudstudente, asook moontlike weldoeners. Voorheen is daar slegs 'n vorm uitgestuur saam met die Alumnus, 'n tydskrif oor die projekte en nuus aan die US. In 2008 is daar 'n brief ontwerp deur die Stellenbosch Stigting, om die vorm aan te vul. Omdat die brief relatief nuut is, is die effektiwiteit daarvan by potensiële donateurs nog nie getoets nie, en daar is dus 'n ideale geleentheid om beide die brief, asook die beeld van die US wat in hierdie brief weergegee word, te toets.

Die Universiteit Stellenbosch het in die laaste paar jaar gepoog om sy beeld te verbeter, asook om homself meer relevant en divers te maak in Suid-Afrika se veranderende samelewing. Daar is klem gelê op multikulturalisme, beter toegang

vir mense uit alle dele van die samelewing, asook die hoogste akademiese standarde. Hierdie herposisionering van die US is inderwaarheid 'n verskuiwing van een beeld na 'n ander. Wanneer 'n instansie dit aanpak, is dit gewoonlik 'n komplekse, tydrowende proses wat verreikende gevolge vir die instansie en sy kliënte het. Hierdie gevolge sluit in dat die nuwe beeld moontlik nie geslaagd of geloofwaardig sal wees vir die huidige kliënte nie. Dit kan lei tot vervreemding tussen die kliënte en instansie, wat dan ontevredenheid en 'n slegte beeld van die instansie veroorsaak.

Om hierdie beeldveranderingsproses so omsigtig en akkuraat moontlik uit te voer, is 'n projek op die been gebring, waarvan prof. Leon De Stadler die projekleier is. Hierdie projek is gemik op die verbetering van die US se kommunikasie as 'n geheel sodat dit die beeld van die US so positief moontlik uitdra. Binne hierdie projek is 'n aantal studies deur navorsers uitgevoer om te bepaal of die US se beeld wel positief uitgestraal word in sy verskillende tekste. Daar is reeds twee studies gedoen oor vormbriewe en die aansoekvorms vir voornemende studente (Du Plessis, 2007 en Hagan, 2009).

In hierdie studies was die fokus op studente as doelgroep. Hierdie studie pak 'n nuwe doelgroep van die US aan: die alumni. Hierdie groep is uniek in die sin dat hulle nie heeltemal oortuig kan word deur bemarkingsmetodes nie. Juis omdat hulle reeds die instansie self ervaar het, het is die beeld wat by hulle lewe nie een wat slegs deur die US se kommunikasie beïnvloed word nie. Die beeld is een wat grootliks geïnformeer word deur hulle eie ervarings met die US self. Daarom het hulle miskien 'n meer realistiese idee van wat die verskil tussen die gewenste en werklike beeld van die US is – 'n aspek wat hulle moeilik beïndrukbaar maak.

Tweedens is hierdie groep uniek omdat hulle die potensiaal het om 'n finansiële bydrae tot die US te maak. As die beeld van die US nie gunstig genoeg na hulle sin is nie, is die waarskynlikheid dat hulle 'n skenking sal maak, nie groot nie.

In die laaste plek beïnvloed hierdie groep mense 'n volgende generasie van potensiële Maties. As die ouers van die voornemende studente het hulle 'n deurslaggewende invloed op wat hulle kinders dink van die instansie, asook of hierdie kinders by die US sal gaan studeer. Daar is baie min ander groepe mense aan die US verbonde wat so 'n groot spektrum van invloede op die US self het – dit op sigself maak hulle 'n belangrike groep om te monitor en bestudeer.

Die verhouding tussen die instansie en die alumni word ook onder andere in hierdie studie ondersoek. Die donasiebrief brei breedvoerig uit oor die US self, maar bykans geen verwysing word na die alumnus gemaak nie. Geen verwysing word ook eksplisiet na die verhouding tussen die alumnus en die instansie gemaak nie. Daar word vermoed dat die verhouding tussen die leser en skrywer (die relasionele boodskap) ly onder die feit dat die Universiteit se beeld (die ekspressiewe boodskap) die brief domineer. Dit kan moontlik lei tot vervreemding van die leser ('n groot sosiale afstand), en dus 'n negatiewe beeld van die US by die betrokke alumnus.

Omdat hierdie studie in die veld van dokumentontwerp val, word die studie hoofsaaklik uitgevoer op die donasiebrief wat genoem is. Die brief dien egter slegs as 'n beginpunt – die studie handel oor die beeld wat deurgegee word in die brief, of dan die teks. Beeld word bestudeer deur te kyk na watter effek die wanbalans tussen die twee boodskappe het.

Die volgende vrae word hanteer in hierdie studie:

1. Is die uitgestraalde beeld en die gewenste beeld van die US dieselfde, volgens die alumni?
2. Sou alumni 'n positiewer reaksie toon op 'n brief waar die balans tussen die twee boodskappe herstel word, d.w.s. as die sosiale afstand tussen die skrywer en leser kleiner is?
3. Verkies ouer alumni 'n formeler brief teenoor jonger alumni?
4. Verkies bruin persone 'n stilisties verskillende brief as wit persone?
5. Het alumni se houding teenoor die US verander saam met die beeldverandering?
6. Het die hegtheid van die verhouding tussen alumni en die US enige uitwerking op die beeld wat hulle van die US het?
7. As die US se beeld positief is, sal sy kommunikasie ook noodwendig positief gesien word?

8. Is daar korrelasies tussen die respondente se houdings teenoor die twee tekste en die navorser se teksanalise? Anders gestel: die relasionele en ekspressiewe boodskappe word ondersoek om te sien of dit wel 'n effek het op die beeld. Die volgende subvrae het betrekking op daardie stylveranderinge wat met relasionele en ekspressiewe boodskappe te make het:

- Korreleer aanspreekvorms in die brief met die alumnus se idee van respek? (relasionele boodskap – ontvanger se beeld)
- Korreleer gunstige verwysing na die alumnus met die lojaliteit en verbondenheid van die alumnus aan die US? (relasionele boodskap – verhouding tussen ontvanger en skrywer)
- Korreleer die US se positiewe verwysing na homself met die positiwiteit van die US se beeld soos gesien deur alumni? (ekspressiewe beeld)

1.2 Posisionering van die studie

Hierdie studie is deel van 'n groter projek oor die US se beeldvorming in sy dokumentasie, gelei deur prof. Leon De Stadler. Die doel van die projek is om te verseker dat die visie en missie soos uiteengesit deur die US se bestuur, duidelik in sy kommunikasie sigbaar is, en dat dit as sodanige mensvriendelik en toeganklik is. Die beeld van die US moet ook so positief moontlik uitgedra word deur sy kommunikasie. Daar is reeds twee studies voltooi wat onderskeidelik mensgerigtheid en beleefdheid in briewe en vorms aan voorgraadse studente toets (Du Plessis, 2007 en Hagan, 2009).

In hierdie projek word daar gebruik gemaak van 'n teoretiese model wat spesifiek ontwerp is om die interaksie tussen dokumente en die instansie self uit te lig. Hierdie interaksie is kompleks omdat dit multivlakkig en multidireksioneel van aard is, tesame met 'n hele groep konsepte (De Stadler, 2009). Die IFP (Image Formation and Projection)-model vorm die basis waarop die beeld van die US in sy dokumentasie in 'n geordende en beredeneerde wyse getoets word in hierdie studie. Dit word egter in latere hoofstukke in meer besonderhede bespreek. Wanneer die groter projek klaar is, behoort dit 'n komprehensiewe oorsig te gee oor moontlike probleemareas in die US se dokumentasie, en verder om 'n sekere

doelgroep, naamlik die alumni, te betrek, ten einde die projek 'n breër reikwydte te gee.

1.3 Die Universiteit Stellenbosch: 'n Gevallestudie

Die US is in 1879 gestig, en het eers bekend gestaan as Victoria College voor dit later verander is na die Universiteit Stellenbosch (US Webtuiste, 2009). Dit het histories bekend gestaan as 'n Afrikaanssprekende, en miskien meer belangrik, 'Afrikaner' universiteit, wat sterk in hierdie kultuur gegrond is, en wat slegs beskikbaar was vir blanke persone. Soos die sosiale konteks van Suid-Afrika verander het, was die US genoodsaak om ook te verander om tred te hou met nuwe uitdagings, omstandighede en didaktiese behoeftes.

In 2002 het die bestuur van die US 'n beleid van diversiteitsbeplanning goedgekeur waarin die US poog om diversiteit 'n deel van sy alledaagse bestaan te maak. Die herposisionering van die US het dus stadig begin posvat. Om hierdie herposisionering egter konkreet (en meer volledig) saam te vat, is die "Visie 2015" opgestel (October, 2008).

Laasgenoemde dien as 'n gids om die US se gedrag en doelwitte te lei en te kontekstualiseer. Dit kan as't ware gesien word as die US se institusionele identiteit wat op papier vasgelê is. Die mikpunte van die US, d.w.s. wie hulle is en wat hulle wil bereik, word in die dokument weergegee en sluit in dat uitnemendheid, intellektuele ontwikkeling, die gemeenskap en multikulturalisme alles prioriteite vir die US is. Dit is dan ook waarop die studie se probleemvrae geskoei is: Leef die US hierdie waardes uit, en is dit duidelik in die hulle kommunikasie?

Hierdie probleemstellings is getoets op alumni: omdat hulle reeds die instansie self ervaar het, was hulle die geskikte groep om te toets of die beleid en die werklikheid wel ooreenstem.

1.3.1 Wie is die alumni?

Vir die doel van hierdie studie word die alumni as 'n groep afgebaken sodat hulle houdings teenoor die US ondersoek kan word – die alumni wat ondersoek word, is bruin of wit Afrikaanssprekende persone, wat tot en met Desember 2008 hulle graad ontvang het. In die afdeling oor metodologie sal hierdie kriteria in groter

detail bespreek word. Ongeag hoe die alumni gedefinieer is, moet die vraag gevra word: Wie is hulle en watter kwessies lewe by hierdie mense? Om meer insig hierin te bekom, is onderhoude met twee sleutelpersone gevoer. Die eerste is mnr. Sidney van Heerden, die koördineerder van die individuele skenkings by die Stellenbosch Stigting. Me. Heidi October, die tweede persoon, het ook waardevolle insigte gehad oor die oud-Maties, omdat sy daaglik met hulle kommunikeer en dikwels funksies bywoon waar die US en alumni skakel.

1.3.2 Skakeling tussen alumni en die US

Die alumni van die US bevind hulself oral oor Suid-Afrika, en selfs in die buiteland. Dit is daarom belangrik om skakelingsgeleenthede te hou ten einde kohesie aan te moedig tussen die US en sy alumni. Dit dien ook as 'n kans vir die US om sy waardering vir die ondersteuning vanaf die alumni uit te spreek. Die gesellighede neem verskillende vorms aan: vanaf 'n jaarlikse bal, tot skakelingsgeleenthede waar die Rektor 'n praatjie kom lewer om alumni op hoogte te hou van hoe die US ontwikkel, asook om enige mikpunte en projekte te bespreek. Universiteite besef al meer dat alumni een van hulle waardevolste hulpbronne is – en dat alumni nie net tevrede is met 'n eenrigtingverhouding nie.

Hierdie skakelings dien dan as 'n ideale geleentheid vir alumni om enige vrae te stel, bekommernisse uit te spreek of prysenswaardighede te noem. Me. October noem dat daar selfs 'n volledige FAQ ("Frequently Asked Questions")-dokument opgestel word en na die funksies geneem word vir die mees algemene vrae wat opduik. Griewe en vrae wat dikwels te voorskyn kom, handel oor koshuisplasing, keuring vir kursusse en vrae oor die verskillende fakulteite. Om dan 'n deurlopende stroom van kommunikasie aan te moedig, het die US 'n gespreksforum in plek gestel, wat gevind kan word op die Alumni-gedeelte van die US se webtuiste.

Ongelukkig kry die genoemde forum nie baie aftrek nie, wat veroorsaak dat wanneer mense werklik ontevrede oor 'n kwessie is, hulle liever na 'n koerant toe gaan om die storie oop te vlek. Nie net doen dit afbreuk aan verhoudings tussen die instansie en sy alumni nie, maar dit skep die indruk by die wyer publiek dat die US voortdurend 'in die moeilikheid' is, en dat die US miskien nie moeite doen om die probleme aan te pak en reg te stel nie. In enkele gevalle sal die betrokke persone aan die rektor skryf, of aan me. October.

Die rektor, prof. Russel Botman, woon soms funksies by sodat hy self met die alumni kan skakel. Hy het hulle al telkens verseker dat die US 'n vooruitstrewende akademiese instansie sal bly en dat die universiteit se toewyding tot gemeenskapsverbetering en akademie die top prioriteit sal wees. By hierdie funksies het prof. Botman ook die fokus op Visie 2015 bespreek – naamlik dat die US hom daarop moet toespits om te kyk na die wêreld en die gemeenskap se behoeftes en daarby aan te pas (October, 2008).

Hy het ook die samewerking tussen die US en sy oudstudente beklemtoon – veral die feit dat almal sal moet saamspan om werklik 'n verskil te maak in die land. Hierdie persoonlike inslag het 'n groot impak gehad op die alumni se gesindheid – deurdat die hoogste vlak van outoriteit by die US die tyd neem om met oudstudente kom gesels, kom die rektor as 'n verteenwoordiger van die US meer toeganklik voor. Alumni was beduidend meer gerusgestel, en positief oor wat voorlê vir die universiteit, volgens me. October (2008).

Dit was waarskynlik ook 'n poging om as bestuur meer sigbaar te wees, om die idee teen te staan dat die US 'n gesiglose, emosielose instansie is (soos die geval is met baie instansies). Hatch en Schultz (1997) het dit opgesom as "Top management is as much a symbol as what they send out to consumers". Dit is dan 'n tasbare voorbeeld van hoe die US aktief probeer om sy beeld te bestuur, wat 'n uiters belangrike strategie is.

1.3.3 Kontroversie aan die US

Mael & Ashfold (1992, soos aangehaal in Sundeen & Raskoff, 1995) stel voor dat alumni se identifikasie met hulle alma mater sterk korreleer met veranderlikes soos a) die instansie se karakter of identiteit, b) persoonlike ervarings wat die alumni met die instansie het, en c) sentimentaliteit en tevredenheid met die instansie self.

Laasgenoemde faktor is een wat in gedrang kom wanneer kontroversie losbars soos daar in die afgelope paar jaar gebeur het aan die US. Kontroversie word vir die doel van hierdie studie gedefinieer as enigiets negatief wat direk of indirek geassosieer word met die US. Die volgende verduidelikings van die punte van kontroversie dien net as verkennende bespreking van wat die situasie behels en enige moontlike nagevolge wat dit kan inhou ten opsigte van beeldvorming. Dit

behoort nie as 'n akkurate weerspieëling van gebeure en houdings gesien te word nie.

Die US se naam is telkens genoem in verskeie negatiewe ligte, soos die varkgriepandemie, polisieklompjagte op plaaslike klubs en selfs verkragtings. Waar daar beelde wat nostalgie en eertydse rustigheid oor die US by alumni gelewe het, kon hierdie negatiewe beelde dit begin afbreek. Tot watter mate hierdie negatiewe stimuli die US se beeld werklik geaffekteer het, is 'n vraag wat hierdie studie probeer beantwoord.

Die sogenaamde taaldebat, en transformasie aan die US, is meer omvangryke punte van kontroversie wat aandag getrek het in onlangste jare. Die taaldebat (soos dit nou genoem word) handel grootliks oor die besluit tussen dubbelmedium-, enkel- en parallelmedium onderrig aan die US in verskillende arenas. In die proses van onderhandeling tussen die akademici en bestuur aan die Universiteit en eksterne rolspelers het 'n geruime tyd verloop, waarin daar 'n paar houdings kon posvat by alumni.

Die eerste is dat mense, spesifiek Afrikaanse mense, bedreig kan voel deur die verandering (of moontlikheid van verandering) aan die US. Hulle het miskien 'n beeld van die US as 'n eksklusief Afrikaanse instansie, en voel nou "verraai" deur die idee dat die US sy identiteit wil verander. Die reaksie is dus dat mense uit verskeie oorde negatief reageer teenoor die US, met al die nagevolge wat daarmee saamgaan. Onder hierdie nagevolge is dat mense nie meer so vrygewig teenoor die US is nie – donasiebriewe word nou teruggestuur met ontstoke boodskappe, of daar word glad nie gereageer nie, volgens Mnr. van Heerden (2008).

Dit is moontlik dat die potensiële problematiek nie net gesentreer is rondom die debat self nie. Die manier waarop dit hanteer word, kan ook 'n rol speel. Die US neem eienaarskap van kenmerke soos " 'n vooruitstrewende akademiese instansie" en "'n gerekende universiteit". Hierdie kenmerke skets 'n beeld by lede van die publiek oor wat die US is, en hoe hy behoort op te tree. Die vraag op almal se lippe is dan "As die US so gerekend en vooruitstrewend is, hoekom kan hulle nie die geskil finaal oplos nie?" Dit is natuurlik 'n simplistiese siening, maar een wat wel te voorskyn kan kom vir mense wat die situasie van buite die US sien. Die tydsbestek kan 'n invloed hê op moontlike negatiewe houdings - die US mag

ondoeltreffend, sloerend, of onstandvastig voorkom. Hier is moontlik 'n baie groot gaping tussen wie die US sê hulle is, en hoe hulle ervaar word deur andere.

Die media speel natuurlik ook 'n rol. Vir maande is polemieke oor die situasie gepubliseer, en uit verskeie oorde is essays en artikels geskryf oor hoe die situasie daar uitsien, of hanteer behoort te word. Omdat dit so emotiewe onderwerp is (kultuur en taal is gewoonlik), het dit 'n intense reaksie ontlok by mense. Nie net was dit nou 'n groot kwessie nie, maar een wat hulle diep raak. Emosies speel 'n groot rol by houdingsvorming, en by uitbreiding beeldvorming van 'n instansie. Hoe groter mense se konsekwensiebetrokkenheid by 'n saak is, hoe meer waarskynlik raak dit dat hulle sterk opinies daaroor sal hê, wat uiteindelik tot 'n mate sal bepaal hoe hulle die betrokke instansie sien.

Nog 'n kwessie wat 'n brandpunt by alumni is, is transformasie. Dié term word deur die owerhede gebruik om te verwys na die sistematiese omvorming van universiteite om meer divers en multikultureel te wees. Hierdie is 'n unieke brandpunt omdat twee agente hier teenwoordig is: die regering en die universiteit. Indien die regering 'n negatiewe beeld het, kan dit oorspoel na hoe die alumni voel oor die kwessie van transformasie. Aan die ander kant kan alumni (of enige ander insethouders) onseker voel of die US se besluite nou uit die oogpunt van die US se identiteit geneem word, of dit vooraf gegaan word deur die regering se instruksies.

Hierdie verbeelde verandering in die lokus van beheer is iets wat die alumni kan ontsenu, omdat dit baie veranderinge vir hulle alma mater kan beteken. Die veranderinge mag (volgens hulle oordeel) goed of sleg wees, en hierdie onsekerheid kan veroorsaak dat hulle identifikasie met die instansie kan verminder. Indien hulle die verandering as negatief ervaar, kan dit 'n negatiewe impak hê op hulle siening van die US.

1.3.4 Skriftelike kommunikasie

Dit is hoekom kommunikasie so 'n deurslaggewende rol speel. Om hierdie onsekerheid te temper, kyk alumni na die kommunikasie van die US – wat word gesê en hoe word dit gesê? Die US volg 'n realistiese beleid wanneer dit kom by kommunikasie: eerlikheid is belangrik. Me. October (2008) noem dat die US se standpunt “As daar fout is, wees eerlik” is, eerder as om verskonings uit te dink of die situasie te probeer vermy.

Daar kan dus geargumenteer word dat die alumni die kommunikasie van die US fyn dophou om te probeer agterkom of hulle nog identifiseer met die instansie, en of die instansie se herposisionering die kernwaardes verander het. Dit is dan ook waarop hierdie studie fokus: deur die vrae wat aan alumni gestel word, poog die navorser om te bepaal of die verhouding tussen die alumni en US nog sterk is, asook of hierdie kontroversie 'n werklike invloed het op die houding wat die alumnus teenoor die US het.

'n Groot deel van die studie handel egter oor die skriftelike kommunikasie van die US, spesifiek die donasiebrief wat alumni ontvang. Dit is dus belangrik om 'n kritiese analise op die teks uit te voer om te bepaal of die gewenste beeld van die US akkuraat weerspieël word in die teks. Indien dit die geval is, behoort die donasiebrief 'n goeie reaksie onder alumni te ontvang. As die studie egter aandui dat alumni nie tevrede met die donasiebrief is nie, kan dit 'n probleemarea aandui wat die US kan verbeter.

1.3.5 Skenkings: Huidige problematiek

'n Redelike gedeelte van die US se inkomste is afkomstig van 'n derdegeldstroom. Dit verwys na fondse wat gegenereer moet word, wat nie klasgelde en regeringsubsidies insluit nie. Die Stellenbosch Stigting (ook bekend as die Alumnikantoor) is medeverantwoordelik vir die bewerkstelling van die derdegeldstroom, asook die opstel en verspreiding van die donasiebrief wat in hierdie studie gebruik word. Skenkings wat hier gelaat word, kom uit verskeie oorde: buitelands, erflatings, maatskappye in Suid-Afrika ook genoem 'korporatief') en natuurlik individue.

Alhoewel die studie nie oor die skenkingsgedrag van alumni handel nie, speel dit nogtans 'n rol in die studie van die US se beeld. Ideaal gesproke sou die Universiteit se beeld só positief wees dat dit alumni (en ander potensiële weldoeners) motiveer om outonomies, en in groot getalle, skenkings te maak. Dit is egter nie die geval nie – daarom moet die beeld van die US noukeurig bestuur word, en moet veral die donasiebriewe so effektief moontlik wees. Hierdie effektiwiteit sentreer nie om die inhoud nie, maar ook die styl – die studie poog juis om vas te stel wat hierdie ideale styl sou wees, en of dit korreleer met die beeld van die US en skenkingsgedrag.

Volgens mnr. Van Heerden, is die skenkingsgedrag onder individue effens wisselvallig. Daar is nie 'n groot aantal mense wat skenk nie, maar slegs 'n paar individue wat groot skenkings maak. In 2008 het slegs 2% van die US se alumni skenkings gemaak. Daar is vir 77 000 nuwe alumnibriewe uitgestuur in 2008, maar slegs 17 het teruggekom, met donasies wat tot op R33 000 beloop. Hierdie syfers mag dui op 'n probleem, óf op beeldvormingsvlak óf op tekstuele vlak. Dit is in die finansiële guns van die US om die problematiek vas te stel en so gou as moontlik op te los.

1.4 Metodologie

1.4.1 Navorsingsontwerp

Hierdie ondersoek fokus daarop om vas te stel hoe die IFP-model gebruik kan word om beeldvorming in dokumentasie te manipuleer. Daar word spesifiek gekyk na hoe die balans tussen relasionele en ekspressiewe boodskappe in 'n teks uiteindelik die beeld van die instansie beïnvloed. Die US word as gevallestudie gebruik en donasiebriewe wat aan alumni gestuur word, dien as voorbeeldteks. Die oorspronklike teks (brief A) is geanaliseer om die twee boodskappe te identifiseer en te kyk watter balans gehandhaaf word. 'n Herontwerpte teks (brief B) is opgestel, en sluit stylaspekte in wat die sosiale afstand tussen skrywer en ontvanger verminder, d.w.s. die relasionele boodskap na vore bring. Vir die ondersoek moes alumni (hierna die respondente genoem) brief A en B lees, en dan 'n vraelys invul.

Eerstens is die doel van die vraelys om 'n indikasie te gee watter tipe beeld van die US by respondente lewe. Tweedens word daar ondersoek ingestel na die werklike redes hoekom respondente nie tot aksie oorgaan (skenk) nie. Die mikpunt is hier om vas te stel of die probleem by die beeld van die US self lê, en of die kommunikasie van die US op tekstuele vlak problematies is. Dit kan ook wees dat respondente eenvoudig nie daarvan hou om vir donasies gevra te word nie.

Namate hierdie inligting na vore kom, kan bepaal word of die US se poging tot beeldbestuur deur kommunikasie die gewenste uitwerking het, en of respondente negatief teenoor die US voel oor redes buite die US se beheer.

'n Vraelys is opgestel met die doel om hulle houdings te toets in verband met onder andere, die US self, die kommunikasie van die US en skenkings. Die vrae word in verskillende formate aangebied, namate die tipes vrae verskil, byvoorbeeld die formaat van biografiese inligtingsvrae verskil van die wat houding meet. Hierdie temas en formate sal later in detail bespreek word.

Die twee veranderlikes van die studie is ras en ouderdom. Die volgende vier respondentindelingen is relevant:

1. Bruin persone van 35 jaar en jonger.
2. Bruin persone ouer as 35 jaar.
3. Wit persone van 35 jaar en jonger.
4. Wit persone ouer as 35 jaar.

Die US pas streng maatreëls toe wanneer dit kom by die hantering van sensitiewe inligting, soos alumni se besonderhede. Daarom werk die navorser saam met die Stellenbosch Stigting se Alumnikantoor om die vraelys en briewe by die respondente uit te bring. Die voltooië vraelyste word teruggestuur na die Stigting, en die data daarvan verkry, word weer vir verwerking aan prof. Martin Kidd van die Sentrum vir Statistiese Analise oorhandig. Die navorser sal hierdie statistieke gebruik om tendense in die response te verduidelik, en daar sal telkens 'n visuele voorstelling gegee word van die uitkomst van elke vraag.

1.4.2 Briefanalise en -konstruksie

1.4.2.1 Brief A

Die oorspronklike donasiebrief (brief A) word deur die Stellenbosch Stigting aan alle alumni gestuur op 'n kwartaallikse basis. Die brief is vroeg in 2008 opgestel as 'n direkte versoek aan alumni vir donasies. Voorheen is daar slegs gebruik gemaak van 'n vorm, wat saam met die Alumnus tydskrif die kwartaallikse kommunikasie van die Universiteit aan sy alumni was. Omdat hierdie brief relatief nuut is (die eerste weergawe het eers in April 2008 by alumni uitgekom) is die effektiwiteit daarvan nog nie getoets nie. Die brief is gekies omdat dit die primêre vorm van geskrewe kommunikasie aan die alumni is, en uit 'n dokumentontwerp oogpunt word die brief nie optimaal benut vir positiewe beeldvorming van die US nie. Positiewe beeldvorming by alumni sal grootliks berus op beredeneerde

gebruik van die ekspressiewe en relasionele boodskap, naamlik dat die US homself, en die alumni so positief as moontlik voorstel.

Brief A is dus geanaliseer om vas te stel:

- a) *Waar* die twee boodskappe onderskeidelik voorkom
- b) *Hoeveel* van elke boodskap voorkom

Daar is gevind dat daar 'n wanbalans bestaan tussen die ekspressiewe en relasionele boodskap - spesifiek dat die relasionele boodskap grootliks afwesig is. Die probleem hiermee is dat dit mag voorkom asof die US homself ophemel en geen erkenning gee aan die alumnus, asook die verhouding tussen die US en alumnus nie. Gevolglik mag alumni vervreemd of wrewelrig voel omdat hulle nie erken word in die brief self nie. Hierdie negatiewe opvatting kan realiseer op twee maniere: die betrokke alumnus sal 'n negatiewe beeld van die US hê, en ook nie geld skenk nie. Die doel van 'n goeie balans tussen die ekspressiewe en relasionele boodskappe is om die US in 'n positiewe lig te stel, maar ook die alumnus deel te laat voel van die US, en 'n groter illusie van affiliasie te wys.

Om die balans tussen die ekspressiewe en relasionele boodskappe te bepaal, is die boodskappe geoperasionaliseer. Hierdie operasionalisasie behels dat die twee boodskappe in stylaspekte vervat word. Dié aspekte is gemanipuleer ten einde 'n kleiner sosiale afstand tussen die leser en skrywer te bewerkstellig.

1.4.2.2 Brief B

Styl-elemente wat verander is in brief B word in twee onderafdelings geplaas: primêre en sekondêre veranderinge. Die primêre veranderinge is dié wat deur die studie getoets word, d.w.s. wat die hoofverskille tussen briewe A en B is. Hulle is doelbewus aangebring om die sosiale afstand tussen skrywer en ontvanger in die herontwerpte teks te verminder.

Die sekondêre veranderinge is dié wat nie deel is van die studie self nie, maar integraal is tot die linguistiese en stilistiese konteks. Dit beteken dat die primêre veranderinge nie natuurlik sou kon lyk in die brief sonder dat sekondêre veranderinge aangebring is nie.

Die veranderinge word vervolgens gegee:

1. Primêre veranderinge

- Tweedepersoonsverwysings is verander van "u" na "jy/jou" vir 'n meer informele toon.
- Die inklusiewe "ons" is ingevoeg om die leser nader aan die skrywer te bring.
- Onduidelikhede is verwyder om die brief korter en kragtiger te maak.
- Nuwe relasionele sinne is bygevoeg om die verhouding tussen die skrywer en leser te versterk.
- Oudmodiese woorde is verwyder ten einde leesbaarheid te bevorder.

2. Sekondêre veranderinge

- Sinne is vereenvoudig vir makliker leesbaarheid.
- Formele woorde is verwyder (om die tweedepersoonsverwysings meer natuurlik te laat voorkom).
- Die eksklusiewe "ons" is ingevoeg.

Hierdie veranderinge word in hoofstuk 3 in detail bespreek.

1.4.3 Pre-toetse

Voordat die twee tekste (brief A en B) aan die alumni voorgelê is, is dit deur die navorser getoets om seker te maak dat die verskil tussen dit twee tekste sigbaar is. Drie persone is gevra om brief A en B te vergelyk, en aan te dui of hulle 'n verskil sien. Die persone val in dieselfde kategorie as die alumni, naamlik dat hulle bruin of wit is, Afrikaanssprekend is, en binne die ouderdomsgroep van 19-100 jaar oud val.

Indien hulle 'n verskil gesien het, moes hulle die brief kies wat in hulle opinie die beter een is, en dit motiveer. Die persone is gekies op basis dat hulle nog nooit vantevore die oorspronklike brief gesien het nie, en dus geen bevooroordeeldheid daaroor kan hê nie.

a) Persoon 1

Vir persoon 1 is die verskil duidelik, en hy verkies brief B, alhoewel hy van die 'u' aanspreekvorm van brief A hou. Sy motivering is dat brief A baie hoogdrawend is. Hy hou egter van die 'u' -aanspreekvorm omdat dit 'n formele brief vanaf 'n

instansie is, en aangesien hulle hom nie persoonlik ken nie, is hierdie respektvolle toon noodsaaklik.

b) Persoon 2

Persoon 2 het die brief vlugtig deurgelees, en kan ook 'n verskil agterkom. Sy voel brief A is baie styf, en dat die leser nie regtig met haar praat nie. Brief B daarteenoor, is weer baie warm en verwelkomend. Dit laat haar voel of sy saam met die Universiteit werk. Sy verkies ook die 'u'-aanspreekvorm omdat sy dit met respek assosieer, maar sy dink dit mag 'n Afrikaner-konvensie wees om so aangespreek te word.

c) Persoon 3

Sy het gevoel dat brief A vriendelik is, maar nie regtig haar aandag hou nie. Sy sê dat hulle "aangaan en aangaan oor goed ". Sy verkies brief B, asook die 'jy'-aanspreekvorm in brief B omdat sy voel dat 'u' te formeel is.

1.4.4 Vraelysmetodologie

Die vraelys wat aan respondente gestuur is, bestaan uit 55 vrae wat daarop gemik is om die volgende te bepaal:

1. Die respondente se houding teenoor die US
2. Die respondente se houding teenoor die kommunikasie wat die US aan hulle stuur
3. Respondente se gedrag in terme van donasiebriewe en skenkingsgedrag oor die algemeen.
4. Die verhouding tussen respondente en die US
5. Vir watter brief (A of B) respondente 'n voorkeur het.

1.4.4.1 Vraelysformaat

Die vraelys het 6 afdelings: Biografiese Inligting, en dan Afdeling A-E. Afdeling A en B handel onderskeidelik oor die beeld van die US, en die US se kommunikasie. Hierdie twee afdelings is so gestruktureer sodat daar statisties 'n algehele indruk verkry kan word van wat respondente se antwoorde op hierdie afdelings is. Afdeling C en E handel oor briewe A en B wat die vraelys vergesel. Afdeling D handel hoofsaaklik oor respondente se opinies oor die verhouding wat hulle met

die US het, asook hulle houdings oor donasiebriewe en skenking oor die algemeen.

Vier verskillende formate is in die vraelys gebruik, ten einde die beste formaat vir die tipe vraag te verseker. Dit is ook gedoen dat die respondent nie die vraelys as vervelend ervaar nie, anders bestaan die moontlikheid dat die vraelys nie voltooi sal word nie.

“Checkbox”-formaat: Hierdie formaat word gekenmerk aan 'n reeks blokkies, waarvan die regterkant 'n beskrywing van die opsie bevat, en aan die linkerkant 'n oop spasie is waar die respondent 'n kruisie kan trek. Dit bevat vrae waar daar net 'n bepaalde aantal antwoorde kan wees. Biografiese inligting word hiermee gevra (byvoorbeeld ouderdom) asook dat die respondent 'n keuse maak uit twee of meer opsies. Daar is agt vrae wat in hierdie formaat is.

Likert-skaal vrae: 35 van die vrae in die vraelys gebruik hierdie formaat. Hierdie skaal is een van die effektiëste maniere om houding te meet, omdat houdings nie akkuraat gemeet kan word deur 'ja' of 'nee' -tipe antwoorde nie (Bless & Higson-Smith, 1995). Dit word dus voorgestel as 'n tipe glyskaal waar die respondent negatief of positief kan reageer, en dan die intensiteit van hierdie gevoel kan beskryf deur die mees relevante opsie te kies. Alhoewel 'n Likert-skaal meestal van nommers gebruik maak (byvoorbeeld -3 vir baie negatief, teenoor +3 vir baie positief) is daar vir hierdie studie besluit op 'n teks-gebaseerde skaal om die beantwoordingsproses te vergemaklik. Aangesien die vraelys oor etlike bladsye strek, kan dit moeilik wees vir sommige respondente om te onthou presies hoe 'n numeriese skaal werk.

Oop vrae: Vier vrae in die vraelys is geklassifiseer as 'oop', dit beteken dat 'n bepaalde vraag aan die respondent gestel word, waarna 'n oop spasie gegee word waarin die respondent kommentaar kan lewer. Dit is ingevoeg omdat dit meer insig mag bied oor die respondente se motiverings agter sekere antwoorde, of selfs nuwe inligting mag byvoeg waarvan die navorser nie bewus was nie.

Gemotiveerde keuse vrae: Hierdie vrae is uiters belangrik in 'n studie oor dokumentontwerp omdat dit die respondent as't ware 'dwing' om 'n keuse te maak tussen twee teksversies en dan 'n motivering te gee hoekom hy dit gekies het. So kan die navorser sien watter teksversie verkies word, en watter faktore daartoe aanleiding gegee het. Die gemotiveerde keuse vrae in hierdie studie

handel slegs oor die twee briewe wat die vraelys vergesel. Die passasies waaroor die vrae handel, word by die vrae ingesluit om die beantwoordingsproses te vergemaklik, en te keer dat die respondent heen en weer moet blaai tussen tekste. Daar is nege gemotiveerde keuse vrae in die vraelys.

Die orde van die passasies in Afdeling E (die gemotiveerde keuse afdeling) word afgewissel om te voorkom dat 'n vaste patroon (byvoorbeeld brief A se passasie altyd eerste) enige invloed op die resultate het. Die gemotiveerde keuse vrae se passasies is soos volg gerangskik – hier word die letter van die eerste passasie vir daardie vraag aangedui.

Vraag nr.	Brief
47	A
48	B
49	B
50	A
51	B
52	A
53	A
54	B
55	A

Tabel 1.1 Brief A/B en posisie by elke vraag

A word dus 5 keer eerste geplaas , terwyl B 4 keer voorrang geniet.

Oop vrae: Daar is twee spasies in die vraelys oopgelaat waar die respondent enige kommentaar oor a) Die US self, en b) die US se kommunikasie kan neerskryf. Dit is bloot gedoen sodat, as die respondent iets wil kommunikeer wat nie in die vraelys gevra word nie, daar 'n plek daarvoor is. Die navorser sal meer insig kry op die manier waarop die respondent(e) reageer en hoekom.

1.4.4.2 Respondente

Die respondente van hierdie studie is gekies om aan twee veranderlikes te voldoen, naamlik ras en ouderdom.

Bruin en wit persone is gekies omdat daar 'n groot waarskynlikheid is dat beide groepe se moedertaal Afrikaans is. Afrikaans as 'n veranderlike moes geneutraliseer word, anders sou die ondersoek te gekompliseerd wees. Twee bevolkingsgroepe is gekies sodat die resultate met mekaar vergelyk kan word – die aanname word gemaak dat bruin en wit persone se voorkeure verskil t.o.v. kommunikasie. Een groep mag voorkeur uitspreek teenoor 'n sekere manier waarop hy mee gekommunikeer word, terwyl 'n ander groep 'n verskillende manier verkies. Die twee bevolkingsgroepe is ook gekies omdat bruin en wit persone elkeen 'n unieke verlede in verband met die US het. Die een groep het vanaf die US se stigting toegang gehad tot die instansie, terwyl dieselfde nie waar was van die ander groep nie, as gevolg van Apartheid.

Ouderdom as veranderlike is ingesluit omdat die US voortdurend besig is om te verander om aan te pas by die wêreldkonteks en die samelewing se eise. Daar moet vasgestel word of persone wat lank reeds gegradueer het, die US anders sien as persone wat in die laaste paar jaar gegradueer het. Hierdeur kan die invloed van die media, teenoor ervaring gemeet word teen mekaar wanneer dit kom by beeldvorming. 35 is as afsnypunt gekies vir die skeiding tussen 'ouer' en 'jonger'. Dit is bloot 'n arbitrêre indeling om uiteindelik twee aparte ouderdomsgroepe te verkry. Die grootste verskille sal moontlik aan die buitekant van die spektrum voorkom (d.w.s. tussen persone wat 50 en ouer is, en persone wat 20 en ouer is).

'n Ekstra ouderdomskategorie, 60 of ouer as 60, is ingevoeg om te bepaal hoeveel persone oor die ouderdom van 60 bereik word deur e-posse van die US, en of hulle sulke vraelyste sal beantwoord. Dit behoort egter geen impak te hê op die resultate nie.

Vir duidelikhedsoeleindes, word die parameters van die alumni as volg aangegee. Alumni wat vir hierdie studie in aanmerking kom, sluit slegs in:

- studente wat gegradueer het tot en met 31 Desember 2008
- vir 'n minimum van 1 jaar by die US studeer het (voltyds of deeltjys)
- suksesvol 'n graad of diploma, in enige vakrigting, voltooi het
- vanaf Januarie 2009 nie meer op die Stellenbosch kampus , of sy satelliet kampusse is nie
- persone wat enige plek in die RSA woonagtig is (behalwe op bogenoemde kampusse).

Om partydigheid te voorkom is die volgende faktore buite rekening gelaat:

- geografiese ligging binne die RSA
- vlak van kwalifikasie behaal (byvoorbeeld Doktors, Meesters, Honneurs ens.)
- die hoeveelste generasie hulle is van hulle familie om by die US te studeer (byvoorbeeld die eerste of die 5de).

1.4.4.3 Distribusie

Vraelyste is uitgestuur deur die Alumnikantoor by die Stellenbosch Stigting, sodat die navorser geen kennis kon dra van die respondente nie, en die vraelyste anoniem kon bly. Die US het streng maatreëls op die hantering van konfidentiële inligting. Nadat die vraelyste ingesamel is, is dit aan prof. Martin Kidd oorhandig, wat dit verwerk het met behulp van 'n statistiese program, Statistica 7.1. Die resultate is daarna geïnterpreteer deur die navorser, en in visuele voorstellings uitgedruk.

1.5 Samevatting

In hierdie hoofstuk is die breë trekke gegee van wat die studie behels, en hoe die studie aangepak gaan word. Die US as gevallestudie staan sentraal tot die hoofstuk, en dit dien as 'n anker vir die agtergrond, problematiek en metodologie wat ook hier bespreek word. Die raamwerk wat in hierdie hoofstuk opgebou is deur die bogenoemde, behoort die leser 'n beter idee te gee van die omvang van die studie, sodat volgende hoofstukke in meer detail bespreek kan word.

HOOFSTUK 2

Teoretiese Model

2.1 Inleiding

Die IFP-model (Geïntegreerde Kommunikasie-model vir Beeldvorming en -projeksie) ook bekend as die *Integrated communication model of image formation and projection*, is 'n model van kommunikasie wat dien as 'n raamwerk waarin beeldvorming in kommunikasie bestudeer kan word. Hierdie model, ontwerp deur De Stadler (2009) lig die interaksie uit tussen dokumentontwerp-konstrukte wat verband hou met beeldvorming.

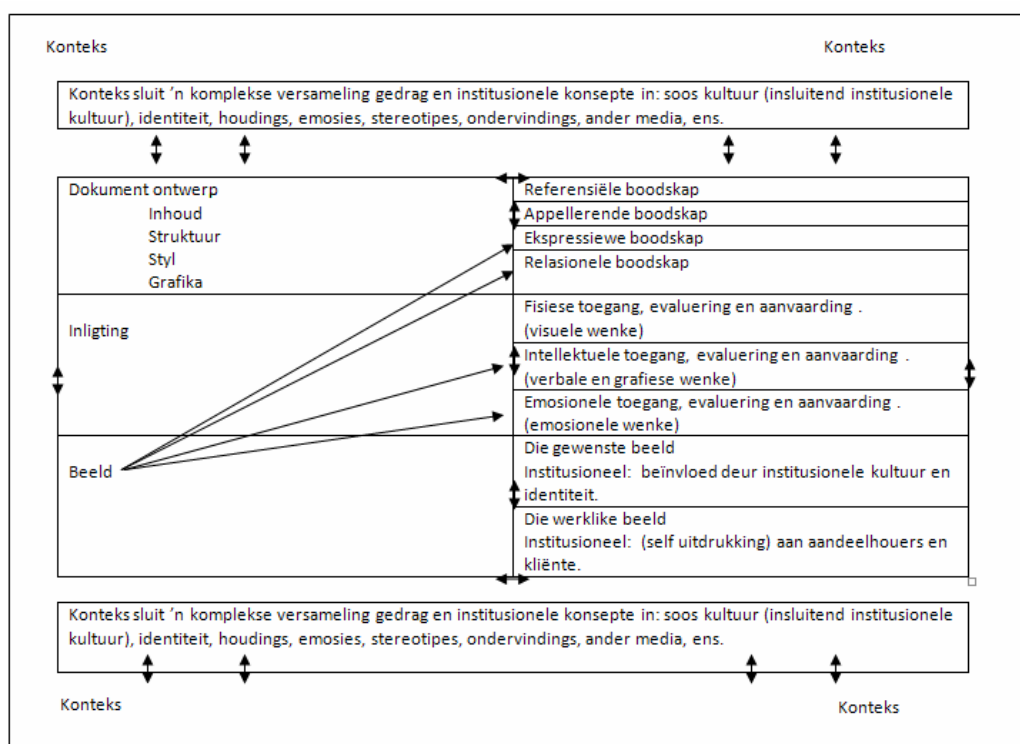


Fig. 2.1: Die IFP-model (De Stadler, 2009)

Hierdie model is multilateraal, deurlopend, en multidireksioneel van aard (soos aangedui deur die pyltjies), wat dit verskillend en meer buigsaam as ander liniêre modelle maak. Die model postuleer onder andere dat konstrukte soos institusionele beeld, identiteit, en kultuur noodwendig 'n invloed sal hê op die manier waarop kommunikasie geïnterpreteer word deur lesers.

Die opname van hierdie kommunikasie (dus, die toegang) sal weer beïnvloed word deur die manier waarop dit geskryf word (die boodskappe) en die persepsie wat die leser van die instansie het (sy beeld). Die instansie se beeld daarenteen, word weer gevorm deur sy kultuur en identiteit – dit kan gesien word deur die pyltjies. Dit is natuurlik 'n oorvereenvoudigde voorstelling van wat die model werklik is; dit dien egter net as 'n voorbeeld om die multidireksionele aard van die model te illustreer.

Beide die instansie en die leser se perspektiewe op die kommunikasie word geïntegreer in hierdie model, omdat dit as't ware 'n intermediêre proses verteenwoordig tussen die twee genoemde partye. Van die instansie se kant af kan hy beheer uitoefen op hoe hy voorkom aan die insethouer deur die verskillende konstrukte in die IFP-model te probeer manipuleer, terwyl die insethouer sekere verwagtinge van die instansie koester wat die aanvaarding van die boodskap bepaal.

Hierdie multilaterale aspek maak die konstrukte van die model moeilik definieerbaar. Die deurlopende invloed van een konstruk op die ander noodsaak 'n baie tentatiewe aanslag om die konstrukte te verduidelik. Dit is dan wat in hierdie hoofstuk bespreek sal word, asook die invloed wat hulle moontlik op mekaar en op beeld kan hê.

2.2 Institusionele beeld

Institusionele beeld is die subjektiewe indruk of persepsie wat iemand van 'n instansie het (De Stadler, 2009). Hierdie persepsie word opgebou uit direkte en indirekte stimuli oor die instansie, waaraan die persoon blootgestel word. Van Riel (1997) verduidelik dat hierdie stimuli 'n ketting van assosiasies vorm wat baie eenvoudig is, sodat die persoon dit kan onthou, daarmee kan identifiseer en dit kan beskryf. De Stadler (2009) som dit eenvoudiger op as 'n 'prentjie' van 'n objek (instansie) omdat die persoon maklik en vinnig toegang daartoe het.

'n Persoon, of groep, kan meer as een beeld van dieselfde instansie hê, en dit kan varieer vanaf positief na negatief – dit kan selfs kontrasterend wees (De Stadler, 2009). 'n Voorbeeld hiervan kan gesien word aan die US. Neem 'n alumnus van die Departement van Engels. Toe die alumnus nog 'n student was, was hy ontevrede met die departement oor die manier waarop lektore hom behandel het.

Hy dink egter die US as 'n geheel is 'n vriendelike plek. Dus het hy twee beelde van die US – dat die geheel vriendelik is, maar dat sommige departemente onvriendelik is.

2.2.1 Die tweeledige aard van beeld

Institusionele beeld is tweeledig van aard, naamlik die gewenste en gekonstrueerde beeld.

Die **gewenste** ("intended") beeld is die manier waarop die instansie homself projekteer aan sy publieke. Dit reflekteer dikwels 'n ideaal, d.w.s. alle eienskappe wat die instansie graag wil wees, of glo hy is onder ideale omstandighede. In hierdie opsig is beeld 'n interne konstruk. Dit is 'n uitvloeisel van die institusionele identiteit, wat ook beïnvloed word deur die institusionele kultuur. Dit word as "amptelik" voorgehou omdat die instansie eenstemmigheid het oor hoe hy gesien wil word (De Stadler, 2009).

Die **gekonstrueerde** beeld verwys na die konseptualisering van 'n instansie wat by 'n persoon lewe (De Stadler, 2009). 'n Instansie kan meer as een gekonstrueerde beeld hê, omdat hy verskillende 'publieke' het, soos Kotler (1985, soos aangehaal in Van Riel, 1992) dit stel. By 'n universiteit sluit die publieke die volgende in: die administrateurs, fakulteitslede, donateurs en studente asook mense wat glad nie met die US te doen het nie. By elkeen van hierdie publieke lewe 'n verskillende beeld(e) van die instansie omdat elkeen verskillende aspekte van die instansie raaksien en onthou.

Die verskil van tussen die gewenste en gekonstrueerde beeld kan byvoorbeeld by die US waargeneem word. Hulle gewenste beeld is dalk dat hulle so toeganklik moontlik wil wees vir 'n wye groep mense. Die donasiebrief wat ondersoek is, bevat egter verskeie gevalle waar sinne of paragrawe moeilik lees a.g.v. lang sinne en omslagtige woordkeuses. Wanneer mense sukkel om 'n teks te lees, is die US (en by uitbreiding, sy kommunikasie) besig om ontoeganklik en burokraties te wees. Dit is 'n voorbeeld van hoe die US sy eie strewe pootjie, en afstand skep tussen sy gewenste en gekonstrueerde beeld.

Daar moet in gedagte gehou word dat gekonstrueerde beeld dikwels die resultaat is van mense se selektiewe omgang met inligting (bron?). Wanneer 'n persoon met 'n stel gegewens gekonfronteer word, sal hy dikwels net dié inneem wat sy

alreeds-geïnternaliseerde gegewens bekragtig. Om weer te kyk na die voorbeeld: as die leser reeds 'n positiewe beeld van die US het, is dit moontlik dat die taalgebruik hom nie so baie sou pla as iemand wat 'n negatiewe beeld van die US het nie.

2.2.2 Beeldbestuur

Van Raaij (1986, soos aangehaal in Van Riel, 1992) noem dat beeldbestuur die manier is waarop 'n instansie 'n gunstige persepsie van homself skep by mense, of dan probeer om 'n ongunstige persepsie van hom te vermy. Dit kan op een van twee maniere geskied: assertief of defensief. Eersgenoemde behels dat die instansie sy beeld proaktief bestuur, d.w.s. positiwiteit nastreef. Aan die ander kant is 'n defensiewe bestuur reaktief van aard. Hierin sal 'n instansie se fokus wees om sy eie aksies en beleide te beskerm en regverdig (van Raaij, 1986, soos aangehaal in Van Riel, 1992). In die US se geval word die beeld assertief bestuur – dit is duidelik uit die manier waarop die US na homself verwys in sy donasiebriewe: "Die US is 'n internasionale suksesstorie", "...om die US te laat uitstyg tot 'n universiteit van wêreldformaat..." In hierdie frases kan gesien word dat die US inderdaad fokus op die vooruitgang van die instansie, eerder as om aandag te gee aan foute van die verlede.

2.2.3 Reputasie

Die reputasie van 'n instansie verwys, volgens Bromley (2000), na die manier waarop die persone buite die instansie die instansie self konseptualiseer. Hierdie definisie is egter problematies vir dokumentontwerpers omdat dit byna identies is aan die definisie vir institusionele beeld. In die besigheidsarena speel reputasie 'n rol in beeldvorming by insethouers, omdat reputasie dien as 'n 'track-record' van wat die instansie al gedoen het. Beeld, daarenteen, is 'n baie meer omvattende konstruk omdat dit die invloed van institusionele kultuur en identiteit in ag neem, asook die rol van kommunikasie, die instansie en sy insethouers. Vir die doel van hierdie studie sal die reputasie-konstruk buite rekening gelaat word omdat dit nie sinvol inpas in die konteks van die studie nie. Dit is veral omdat een van die doelwitte van die studie, die toets van die IFP-model is. Die analise van die model self en die navorsing aan die hand van die model, kan problematies raak wanneer kontrasterende teoretiese konstrukke soos dié ingevoeg word.

2.3 Institusionele Identiteit

Institusionele identiteit is 'n gedeelde en kollektiewe verstandhouding van persone binne en buite 'n instansie oor wat sy eiesoortige waardes en karaktereienskappe is (Hatch & Schultz, 1997). Institusionele identiteit bestaan egter nie net tussen lede van 'n instansie nie, maar dit is ook tot 'n mate sigbaar aan diegene binne en buite die instansie self (De Stadler, 2009). Dit is hoekom 'n instansie se identiteit moeilik is om te verander – dit is absoluut ingebed in interne en eksterne insethouers, die manier waarop goed gedoen word, die doelwitte waarna die instansie strewe, waarvoor hy staan en wat sy visuele elemente is.

Visuele elemente soos die logo, kleure, argitektuur van geboue, kleredrag ens. vorm deel van die instansie se sigbare identiteit. 'n "S" met 'n akker as logo is gekies omdat dit die natuurskoon en studente-lewe van die US verteenwoordig (US, 2009). Die US-geboue het ook almal rooi dakke, om herkenbaarheid te bewerkstellig, asook om te differensieer van ander geboue in Stellenbosch.

Die dieperliggende aspekte van institusionele identiteit sentreer rondom die instansie se produkte, prosesse, bestuurstyl, doelwitte ens. Dit is dus 'n strategiese manifestasie van 'n instansie se visie en missie, en dit dien as 'n raamwerk waarbinne die instansie alle aksies en operasies verrig (Melewar & Woodridge, 2001 soos aangehaal in Melewar & Karaosmanoglu, 2003).

Dit vorm die relatief blywende kern wat die instansie differensieer van ander instansies (De Stadler, 2009). Die term 'blywend', is egter bedrieglik – alhoewel identiteit die resultaat is van waardes wat geïnstitusioneel word (vanaf kultuur), bly dit vloeibaar. Hierdie vloeibaarheid spruit uit die feit dat identiteit beide die kern waardes (byvoorbeeld waarvoor die instansie staan) en die meer oppervlakkige waardes (byvoorbeeld doelwitte) behels. Albert en Whetten (1985) maak die punt dat die kernwaardes van 'n instansie sentraal, distinktief en voortdurend is. Die kern sal dus altyd dieselfde bly, maar die oppervlakkige waardes mag op verskillende maniere geïnterpreteer word, afhangende van tyd en konteks (Goia, Schultz and Corley, 2000).

Die US word as voorbeeld gebruik. Een van sy kernwaardes is dat dit 'n vooruitstrewende akademiese instansie is. Dit sal nie verander nie, omdat

akademie en vooruitstrewendheid sentraal is tot waarvoor die US staan (US Webtuiste, 2009)

Een van die meer oppervlakkige waardes kan wees dat tersiêre opvoeding aan almal beskikbaar moet wees. In die konteks van die verlede beteken hierdie stelling iets anders as in die hede. In die verlede was 'almal' miskien net blanke persone, waar dit in die hede verwys na letterlik alle burgers van die land, asook internasionale besoekers. Hierdie verskuiwing het werklik gebeur aan die US deur 'n strategiese 'herposisionering' 'n paar jaar gelede (October, 2008). Dit is hoekom 'n identiteit as *gedeeltelik* blywend en *gedeeltelik* beweegbaar gesien kan word.

Identiteit is tweeledig van aard: die werklike identiteit verwys na die aard van 'n instansie op 'n gegewe tydstip, terwyl die gewenste identiteit verwys na 'n mikpunt waarvoor die instansie strewe (De Stadler, 2009). Anders gestel: dit is hoe die instansie graag wil wees. 'n Instansie mag byvoorbeeld op 'n sekere tydstip 'n redelike hoeveelheid navorsing doen, maar hy *strewe* daarna om 'n navorsingsgesentreerde instansie te wees.

Daar is reeds bespreek hoe kultuur en identiteit beeld beïnvloed, maar die IFP-model postuleer dat die proses ook in die teenoorgestelde rigting werk. Beeld kan inspeel op identiteit deurdat persone binne en buite kan waarneem hoe identiteit uitgedra word. Dit is waarom die pyltjies op die model na albei kante beweeg (De Stadler, 2009).

Indien hierdie 'uitdrag' nie in ooreenstemming is met die werklike identiteit nie, of die uitgestraalde identiteit negatief oorkom, kan die identiteit herevalueer en aangepas word ten einde 'n meer positiewe beeld te gee.

2.4 Institusionele kultuur

Die institusionele kultuur verwys na 'n gedeelde verstandhouding tussen lede van 'n instansie wat dien as 'n konteks waarbinne die instansie se identiteit en beeld gevorm word. Kotter & Heskett, 1994 (soos aangehaal in Wilson, 2001) stel dit so:

"At the deeper and less visible level, culture refers to values that are shared by the people in a group and that tend to persist over time even when group membership changes. At the more visible level,

culture represents the behaviour patterns or style of an organisation that new employees are automatically encouraged to follow by their fellow employees...”

Uit hierdie aanhaling is dit duidelik dat institusionele kultuur nie 'n eendimensionele konstruk is nie – dit bestaan uit abstrakte en minder abstrakte kulturele onderdele.

Abstrakte onderdele sluit in lede se gesindhede, waardes, geskiedenis, houdings, ideologie ens. Minder abstrakte onderdele is die tradisies, rituele, werkswyse, simbole ens. wat binne die instansie leef. Die kulturele onderdele manifesteer binne 'n instansie in die vorm van kulturele dimensies. Hierdie kulturele dimensies definieer die manier waarop die instansie en sy lede funksioneer, en hoekom dit so funksioneer. Voorbeelde hiervan is proses vs. oplossings, mensgeoriënteerdheid vs. werksgeoriënteerdheid, kollektief vs. individualisties ens. (De Stadler, 2009). Uiteindelik vorm hierdie onderdele 'n 'lens' waardeur lede van die instansie na ander mense, instansies of gebeurtenisse kyk. Die dimensies sal dus bepaal hoe aspekte geïnterpreteer word deur 'n groep mense binne 'n instansie.

Institusionele kultuur is redelik stabiel omdat dit oor 'n lang tydperk geïnternaliseer word deur lede van die instansie, sodat dit uitgeleef kan word. Hierdie uitlewing van die kultuur informeer die beeld van die instansie. 'n Voorbeeld hiervan kan gesien word by die Stellenbosch Stigting. Personeel by die Stigting is vriendelik en behulpzaam teenoor alumni. Die personeel leef dan hierdie gedrag uit, omdat dit een van die waardes van daardie instansie (die US) is. Die alumni wat in kontak kom met die personeel ervaar hulle dan as vriendelik en behulpzaam. Omdat lede van 'n instansie die menslike verteenwoordiging van daardie instansie is, kan gesê word dat die alumni 'n beeld van vriendelikheid en behulpzaamheid assosieer met die US. Dit is natuurlik baie simplisties gestel, maar word slegs genoem om die proses van beeldvorming via kultuur te illustreer.

'n Belangrike aspek van institusionele kultuur is dat dit ook institusionele identiteit beïnvloed (De Stadler, 2009). Wat uitgeleef word in die instansie, maak uiteindelik deel uit van hoe die instansie homself differensieer van andere, d.w.s. sy unieke identiteit. Hierdie identiteit word weer na buite uitgedra as die institusionele beeld.

Om dit te illustreer, word die voorbeeld hierbo uitgebrei: as die personeel van die Stigting (ook die US) die kollektiewe verstandhouding het dat hulle vriendelik optree, word dit deel van die kerneienskappe van die instansie, d.w.s. "Ons is vriendelik." Hier kan gesien word hoe die uitgeleefde waardes gebruik word om die identiteit te vorm.

Beeld kan dus direk of indirek deur die institusionele kultuur beïnvloed word. Dit is juis een van die kwessies wat die IFP-model hanteer – dat konstrakte mekaar op 'n multidireksionele wyse beïnvloed.

2.5 Toegang

2.5.1 Fisiese toegang, evaluering en aanvaarding

Die term verwys na die fisiese aard van die teks: die uitleg, lettertipe, grafika, nommering, paragrawe ens. Omdat dit die eerste vlak van kontak is wat die leser met die dokument het, is dit belangrik dat die skrywer beredeneerd omgaan met fisiese teksbou. As dit maklik is vir die leser om inligting te vind en te lees, word die boodskap makliker aanvaar. Die donasiebriewe van die US maak byvoorbeeld gebruik van kort paragrawe, en 'n netjiese aanhef, wat dit maklik maak vir die leser om vinnig feite raak te lees. Die lettertipe is eenvoudig en duidelik, en het versierings nie.

Hierdie fisiese karakter van die brief dra by tot wat De Stadler (2008) noem die "look and feel" van die dokument. Dit speel 'n rol wanneer die leser 'n beeld probeer vorm van die skrywer. Die leser neem al hierdie fisiese aspekte van die dokument in ag, evalueer dit en pas dan daardie evaluasie toe op die instansie self, byvoorbeeld hoe meer professioneel die dokument lyk, hoe meer professioneel sal die instansie voorkom.

2.5.2 Intellektuele toegang, evaluasie en aanvaarding

Nadat die leser fisiese toegang tot die inligting verkry het, moet hy dit kan verstaan. 'n Koherente en kohesiewe teks sal tot beter begrip by die leser lei. Hy sal die teks as toeganklik en mensvriendelik ervaar, en gevolglik die teks, asook die skrywer positief evalueer. Dit volg dan dat die instansie ook as toeganklik en mensvriendelik oorkom, want die skrywer is 'n verteenwoordiger van die instansie.

'n Positiewe evaluasie lei dikwels tot aanvaarding van die boodskap by die leser. Die US word hier as voorbeeld gebruik. In die US se donasiebriewe kom die skrywer vriendelik voor ("Ek sien daarna uit om van u te hoor") en dit kan lei dat die US self as 'n vriendelike instansie gesien word. 'n Leser is waarskynlik meer geneig om geld te skenk aan 'n vriendelike instansie as 'n onvriendelike een.

2.5.3 Emosionele toegang, evaluasie en aanvaarding

Emosionele toegang het te make met die manier waarop die teks die boodskap oordra aan die leser, en hoe hy dan daarop reageer. 'n Skrywer kan verskillende emosies by die leser ontlok deur inligting op 'n sekere manier aan te bied. 'n Voorbeeld hiervan is in die US se donasiebrief sigbaar wanneer die skrywer waardering uitspreek teenoor die leser ("Baie dankie vir u deurlopende belangstelling..."). Hierdie aanslag mag die leser goed laat voel, en hom makliker laat oorgaan tot aksie, hetsy om die res van die brief te lees, of uiteindelik geld te skenk.

Hierdie tipe toegang lê in die kern van die studie van die US se donasiebrief, omdat dit juis daarop gemik is om vas te stel a) of die leser die boodskap aanvaar of nie en b) hoekom dit so is. So kan vasgestel word of die problematiek in die teks lê, of êrens anders.

2.6 Boodskappe

2.6.1 Die referensiële boodskap verwys na die feitelike inligting wat die dokument bevat byvoorbeeld in donasiebriewe is die boodskap dat die US fondse benodig (De Stadler, 2009). Die graad waartoe die inligting koherent en georganiseerd is, het 'n werklike invloed op beeld. Wanneer 'n leser bepaalde feite moet soek, of nie verstaan nie, kan die leser geïrriteerd raak met die teks, en by uitbreiding, die instansie.

Die leser se verwagtinge van die teks kom ook hier na vore: as die leser verwag om sekere feite in die stuk te vind, kan dit problematies wees wanneer dit afwesig is. Dit is dus noodsaaklik dat die skrywer 'n helder idee het oor wat van die teks verwag word, en hoe die kommunikatiewe doelwitte bereik sal word ten einde die instansie se beeld positief uit te dra.

2.6.2 Die appellerende boodskap fokus op die uiteindelijke aksie of effek wat die dokument by die skrywer wil bewerkstellig (De Stadler, 2009). Anders gestel, dit verteenwoordig die doel van die teks. Hierdie doel is soms om lesers in te lig, of emosioneel aan te raak. Dit kan ook die motivering, vraag of bevel wees aan 'n leser om 'n spesifieke aksie uit te voer.

Motivering is juis relevant in hierdie studie – die appellerende boodskap van die donasiebriewe wat ondersoek word, is om geld te skenk, d.w.s. 'n aksie uit te voer. As 'n skrywer roekeloos omgaan met die manier waarop 'n versoek gerig word (of geïmpliseer word), kan dit nadelige gevolge vir die beeld van die instansie inhou. As 'n leser byvoorbeeld voel dat die skrywer druk op hom plaas om 'n bepaalde aksie uit te voer, is hy meer geneig om negatief te reageer op die versoek – hy kan hierdie negatiewe dan met die instansie assosieer.

2.6.3 Die ekspressiewe boodskap is die beeld wat die skrywer van homself in die dokument uitstraal (De Stadler, 2009). Hierdie boodskap is veral belangrik in die betrokke studie omdat dit die manier is waarop die US homself beskryf in sy kommunikasie. Die beeld wat die skrywer van homself uitdra, skets (dikwels onbewustelik) 'n konteks aan die leser, wat beïnvloed hoe hy die boodskap lees. Ter illustrasie: as die skrywer homself voordoen as burokratiese, kan die leser vervreemd voel van die skrywer, en dan nie voldoende aandag skenk aan die teks nie. Daar kan geargumenteer word dat die skrywer hierdie tipe boodskap kan manipuleer om homself te laat positief lyk, maar daar moet gewaak word teen 'n te groot gaping tussen die werklikheid en die beeld, anders sal die instansie se geloofwaardigheid daaronder ly (Bernstein, 1985).

2.6.4 Die relasionele boodskap is hoe die skrywer die leser sien. Hierdeur word die kommunikasie tussen die skrywer en leser geskep, verander of bestendig. Daar is egter twee dimensies aan hierdie boodskap:

- a) Die beeld wat die skrywer van die leser in die teks skep
- b) Die verhouding tussen die skrywer en leser soos die skrywer dit voorstel.

A: *Die beeld van die leser.*

Die skrywer propageer 'n beeld van die ontvanger deur eksplisiet of implisiet die ontvanger se waardes en/of persoonlikheidskenmerke in die teks te noem. So kan die ontvanger agterkom hoe die skrywer hom sien. Deur hierdie beeld so positief

as moontlik voor te stel, kan die skrywer die ontvanger gerespekteer en gewaardeer laat voel – die leser sal meer ontvanklik wees vir inligting, asook meer geneig om positief te reageer op enige versoeke wat die skrywer aan hom rig (Steehouder et al., 1992).

B: Die verhouding tussen die skrywer en ontvanger

Die skrywer lig die verhouding tussen die skrywer en ontvanger uit, implisiet of andersins. Hierdie verhouding mag werklik daar wees, of dit kan iets wees wat die skrywer probeer bereik deur die kommunikasie. Deur 'n verhouding tussen die twee partye daar te stel, sal die ontvanger die boodskap op 'n meer persoonlike vlak ervaar, en die kommunikatiewe doelwit sal 'n groter kans hê op verwesenliking (Steehouder, et al., 1992).

Neem twee maatskappye se slagspreuke: Maatskappy A se slagspreuk is "Ons help jou", terwyl maatskappy B se slagspreuk lees "Saam kan ons 'n verskil maak". Mense kan voel dat maatskappy A 'afpraat' na sy kliënte toe, ongeag of dit werklik gebeur. Dieselfde beginsel geld in kommunikasie.

Hierdie boodskap is, soos die ekspressiewe boodskap, 'n belangrike komponent van hierdie studie. Die ideaal in kommunikasie is om die ekspressiewe boodskap positief en gereeld genoeg te gebruik sodat die instansie werklik 'n 'teenwoordigheid' in die teks het, en dat dit 'n positiewe beeld uitstraal. Die relasionele boodskap moet weer gereeld genoeg aanwesig wees sodat lesers ingetrek word in die teks, en voel dat daar nie 'n groot sosiale afstand tussen hulle en die instansie is nie.

2.7 Samevatting

Uit hierdie hoofstuk blyk dit dat die IFP-model integraal is tot die studie om die effek wat stylaspekte en institusionele beeld op mekaar het, te bestudeer. Die model verleen struktuur en duidelikheid aan 'n proses wat tipies baie gekompliseerd is.

HOOFSTUK 3

Teksanalise

3.1 Inleiding

Die dokumentontwerp komponent van die studie is om die ekspressiewe en relasionele boodskap van die US se donasiebriewe in balans te bring. Die idee is dat 'n relasionele en ekspressiewe boodskap wat in balans met mekaar is, sal veroorsaak dat die leser beter met die teks (en die skrywer) identifiseer. Die leser sal dan 'n gunstiger beeld van die skrywer (in hierdie geval die US) hê.

Om dit te toets, is 'n herontwerpte weergawe van die donasiebrief geskep, waarin sekere stylaspekte gemanipuleer is. Die herontwerpte weergawe se relasionele en ekspressiewe boodskappe word min of meer in balans gebring.

Eerstens sal onderliggende beginsels wat bydra tot beeldvorming op tekstuele vlak kortliks behandel word. Die stylaspekte sal vervolgens bespreek word, tesame met 'n motivering vir die manipulasie daarvan. Teoretiese beginsels uit die literatuur sal die basis vorm van die motiverings. Dit sal gevolg word deur 'n visuele voorstelling, waar relevant. Uiteindelik sal die doel dan ook wees om nie net 'n kwalitatiewe analise van die dokument te doen nie, maar om dit te kwantifiseer ten einde meer duidelikheid te kry oor hoeveel van die dokument verander is.

3.2 Die vier deelboodskappe

Hierdie boodskappe se interaksie op tekstuele vlak gee vorm aan verskeie konsepte, waarvan beeld een is. Die volgende paar paragrawe sal hierdie boodskappe, asook die interaksie tussen hulle, verduidelik na die mate waarin dit relevant is tot die studie.

In enige teks is daar vier tipes boodskappe – dikwels tot variërende grade. Die referensiële boodskap verwys na die inhoud van die teks, terwyl die appellerende boodskap 'n beroep op die leser doen om 'n aksie uit te voer (Steehouder et al., 1992). Die twee belangrike boodskappe t.o.v. hierdie studie is die ekspressiewe en relasionele boodskappe. Eersgenoemde behels die skrywer se uiting oor

homself, d.w.s. die beeld wat hy van homself probeer skep in die teks (Steehouder et al., 1992)

Die relasionele boodskap is van tweeledige aard. Aan die een kant beskryf dit die manier waarop die skrywer die ontvanger sien. Dit beteken die skrywer vorm 'n beeld van die leser in die teks. Aan die ander kant is dit ook 'n representasie van die verhouding tussen die skrywer en die leser (Steehouder et al., 1992). Beide die ekspressiewe en relasionele boodskappe word in die teks uitgedruk veral deur die aanwending van stylaspekte: elemente soos taalgebruik, aanspreekvorme en sinsbou vorm die kernelemente. Die keuses wat gemaak word oor die gebruik van hierdie elemente skep uiteindelik 'n algehele beeld van die teks.

Dit is egter nie altyd so eenvoudig nie – soms lê die probleem nie in styl nie, maar in die inhoud self. As die styl of inhoud (of natuurlik beide) nie volkome gepas is vir die kommunikatiewe konteks en teikengroep nie, sal die teks nie 'n positiewe reaksie wek nie. 'n Positiewe reaksie in hierdie geval, verwys na die leser se interaksie met die teks, hetsy om die teks self te lees, of 'n eksterne aksie te doen na aanleiding van die teks. 'n Negatiewe reaksie is wanneer die teks as 'n geheel geïgnoreer word. Wanneer 'n leser om een of ander rede nie met die teks identifiseer nie, kan hierdie negatiewe reaksie gebeur.

In die US-donasiebrief word daar gestrewe na 'n balans tussen die ekspressiewe en relasionele boodskappe: 'n situasie waar die US as't ware homself en die alumnus van gelyke waarde ag. Deur hierdie metaforiese gelykmaking word die vertikale sosiale afstand tussen die twee partye verminder. In die donasiebrief domineer die ekspressiewe boodskap die relasionele boodskap by verre – dit word veral problematies omdat die voorbeeldmateriaal 'n baie persoonlike medium is, naamlik 'n geadresseerde brief. Die ontvanger word op sy naam genoem in die oorspronklike brief, ook bekend as brief A. Die navorser erken dat 'n effektiewe herontwerp van die brief 'n tweeledige aanslag sal benodig: terwyl die relasionele boodskap in die brief vermeerder word, moet die ekspressiewe boodskap verminder word. Hierdeur kan die brief in balans gebring word sonder om die lengte en inhoud daarvan wesenlik te verander.

3.3 Die stylaspekte

Hierdie gedeelte bestaan uit 'n opname van die gemotiveerde veranderinge wat aangebring is in die herontwerpte brief. Die veranderinge is die manifestering van

die ekspressiewe en relasionele boodskappe op tekstuele vlak, soos wat vroeër genoem is. Twee tipes veranderinge is in hierdie studie gebruik naamlik primêre en sekondêre veranderinge.

Die primêre veranderinge is dié wat getoets moet word: hulle is doelbewus aangebring om die brief te laat verskil van die oorspronklike. Die sekondêre veranderinge is dié wat nie deel is van die studie self nie, maar integraal is tot die breër linguistiese en stilistiese konteks. Dit beteken dat die primêre veranderinge nie natuurlik sou oorkom sonder dat sekondêre veranderinge aangebring is nie – dit sal in die volgende afdeling in meer besonderhede verduidelik word.

3.3.1 Die primêre veranderinge

3.3.1.1 Tweedepersoonsverwysings

Hierdie tekselement is waarskynlik die mees sigbare en belangrike verandering in die brief. Dit word gemotiveer op basis van twee aspekte, naamlik lewendigheid en vermindering van afstand tussen leser en skrywer. Hierdie twee aspekte werk saam om te verseker dat die leser in die teks ingetrek word (Du Toit & Smith-Muller, 2003).

Wanneer 'n skrywer nader aan 'n leser wil beweeg, is die informeler 'jy'-aanspreekvorm teenoor die 'u' 'n beter keuse (Steehouder et al., 1992). Dit verkort die sosiale afstand tussen die twee partye en dui aan dat die skrywer met die leser wil vereenselwig of op 'n vriendskaplike basis kommunikeer. Juis vanweë hierdie sosiale konvensie, het korporatiewe kommunikasie tot dusver staat gemaak op die 'u'-aanspreekvorm, om die dokumentasie professioneel te hou (Du Toit & Smith-Muller, 2003).

Volgens Steehouder et al. (1992) is daar verdere uitsonderings op die voorkeur vir die 'jy'-aanspreekvorm. 'n Voorbeeld hiervan is wanneer 'n teks 'n negatiewe konnotasie het, byvoorbeeld 'n afkeuringsbrief of aanmaning van betaling. Deur die leser direk aan te spreek kan hy vasgekeer en beledig voel, afhangende van hoe intens die res van die boodskap geskryf is. Donasiebriewe val nie in hierdie kategorie nie, maar is steeds 'n risikogebied omdat mense oor die algemeen teësinning is om hulle geld weg te gee. In hierdie geval kan die "jy"-aanspreekvorm tot positiewe beeldvorming by die leser lei omdat die illusie geskep word dat die leser en skrywer 'n nabye verhouding het. Steehouder et al.

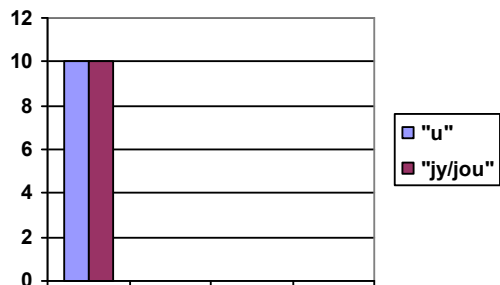
(1992) noem ook dat die verpersoonlikingseffek versterk word deur af en toe die inklusiewe of eksklusiewe 'ons' te gebruik. Dit sal later bespreek word.

'n Tweede rede hoekom die 'u'-aanspreekvorm in die brief na die 'jy'-aanspreekvorm verander is, is om die teks lewendiger te maak. Wanneer die leser weet op wie iets van toepassing is, word die teks meer interessant. Renkema (1989) stel dit so: "Wanneer u levendig wil skryf, moet u persone meer gewicht geven dan zaken." Deur die leser op 'n meer persoonlike wyse aan te spreek, verhoog die konsekwensiebetrokkenheid ook – dit kan die manier beïnvloed waarop die leser die teks lees. As die leser meer aandagtig lees aan 'n teks, het die boodskap 'n hoër kans op absorpsie. Wanneer 'n teks lewendig is, kan die skrywer (dus ook die US) as vriendeliker en lewendiger voorkom – vir 'n tersiêre instansie is dit belangrik om 'n toeganklike en vriendelike beeld te hê omdat universiteite tradisioneel gesien word as burokratiese en koud.

Frekwensie van die 'u'-aanspreekvorm in brief A (oorspronklike): 10

Frekwensie van 'jy'-aanspreekvorm in brief B (herontwerp): 4

Frekwensie van die 'jou'-aanspreekvorm in brief B: 6



Figuur 3.1: Tweedepersoonsverwysings

3.3.1.2. Die inklusiewe ons

Die graad van inklusiwiteit in 'n teks beïnvloed tot watter mate die leser sal 'tuis' voel in die teks. Die inklusiewe 'ons' skep 'n verwysing wat beide die leser en skrywer insluit, d.w.s. dat hulle saam 'n eenheid maak (De Stadler, 2008). Wanneer hierdie tekselement aanwesig is in 'n dokument sal die afstand tussen die leser en skrywer kleiner wees as wat daar apart na die twee partye verwys word (Du Toit & Smith-Muller, 2003). Dit vorm die kern van wat die US behoort oor te dra in die donasiebrief: dat die alumni 'n waardevolle deel van die US

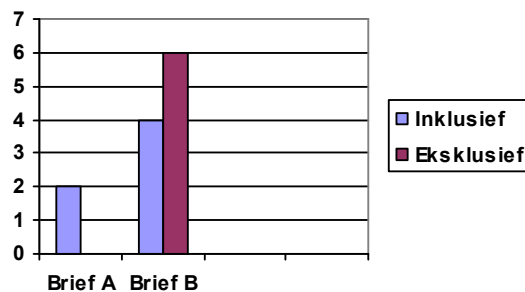
uitmaak. Deur hierdie stylaspek word die alumnus as't ware nader aan die US getrek, en dit kan lei tot positiewe beeldvorming. Daar is ook die addisionele voordeel dat dit die teks lewendiger maak en dus makliker leesbaar. Die eksklusiewe 'ons' word later in die hoofstuk weer ter sprake gebring.

'Ons' in brief A: 2

- waarvan inklusief: 2
- waarvan eksklusief: 0

'Ons' in brief B: 9

- waarvan inklusief: 4
- waarvan eksklusief: 6



Figuur 3.2: Die gebruik van 'ons'

3.3.1.3 Verwydering van onduidelikhede of obskure taalgebruik

Vir die doel van hierdie studie word bogenoemde geklassifiseer as enige sinsnedes of woorde wat geen nuwe inligting bydra tot die teks nie. Dit neem die vorm aan van metafore en inligting wat gewoon nie sin maak nie. Wanneer lesers sukkel om by die punt van die teks uit te kom, raak hulle dikwels geïrriteerd en begin 'n swak beeld vorm van beide die skrywer en die dokument. Die navorser voel dat die gebruik van onduidelikhede in die teks onvanpas is – die literatuur is egter verdeeld oor die gebruik daarvan. Daarom sal daar krities na die standpunte oor beeldspraak, bondigheid en geloofwaardigheid gekyk word om die navorser se veranderinge te motiveer.

Renkema (1989) stel dat kundige woordspeling die teks interessant en makliker leesbaar maak. Die konteks is egter belangrik: die tipe toon waarna gestreef word, asook die tekstipe moet in gedagte gehou word voordat beeldspraak

aangepak word. Steehouder et al. (1992) beaam Renkema se argument: "Goed gekozen vergelijkingen en beeldspraak kunnen de stijl verlevendigen en kunnen verduidelijken wat er bedoeld wordt." Daar word gewaarsku dat die beeldspraak oorspronklik en toepaslik moet wees om werklik te slaag in die teks. Daarop moet beeldspraak matig gebruik word – as elke paragraaf 'n metafoor bevat, raak dit oordrewe en verloor die element sy trefkrag.

Clichés moet so ver moontlik vermy word omdat dit dadelik die geloofwaardigheid van die skrywer in twyfel trek (Du Toit & Smith-Muller, 2003). Dit is dan waar die eerste probleem met onduidelikhede in die teks is: geloofwaardigheid. Vir 'n instansie soos die US is geloofwaardigheid uiters belangrik, omdat dit 'n plek is waar kennis gegeneer word, toekomstige kundiges opgelei word, en navorsing gedoen word. As 'n universiteit nie geloofwaardig is nie, word sy hele bydrae tot die samelewing bevraagteken, en dit is vanselfsprekend 'n baie negatiewe wending. Enige kommunikasie wat dan vanaf daardie bron kom, sal nie ernstig opgeneem word nie, en het 'n groot kans om geïgnoreer te word.

Die teks is geskryf in 'n styl wat vriendelik en toeganklik, dog professioneel is. Die skrywer kom hoflik voor, en spreek die leser ook so aan. Wanneer daar beeldspraak soos " 'n Baken vir Hoop uit Afrika" voorkom, verander dit die toon van die brief na meer dramatiese en formeel. Die ideaal is dat beeldspraak só geïmplementeer word dat dit spontaan en ongedwonge voorkom (Du Toit & Smith-Muller, 2003). Dié sinsnede kan gesien word as hoogdrawend, en dit ondermyn die skrywer se geloofwaardigheid wanneer daar skielik oordrewe formaliteit gebruik word om 'n punt (of sin) te beklemtoon. Die beginsel wat die skrywer hier ignoreer, is dat beeldspraak veronderstel is om 'n punt van '*human interest*' in die teks te voeg, sodat die leser se aandag getrek word (Steehouder et al., 1992). Die 'baken'- beeld is verwyderd van die leser, en is dus nie funksioneel nie.

'n Ander sinsnede wat onduidelik is, is "Die US vra nie 'n oop beursie nie, maar slegs 'n oop hart." Hierdie metafoor is verwyder uit die brief omdat dit die hele konsep en boodskap van die donasiebrief teenwerk. In die donasiebrief vra die US *juis* 'n oop beursie. Hierdie geringskatting van die leser se oplettendheid en intelligensie kan die brief laat faal, en die skrywer se beeld skade berokken. Die skade gebeur omdat die skrywer 'n slegte beeld van die leser as't ware in die teks inskryf.

Die tweede probleem met onduidelikhede het te doen met bondigheid. Bondigheid hou in dat die skrywer geen onnodige woorde gebruik om sy punt te maak nie. Die boodskap word so eenvoudig as moontlik gehou (Du Toit & Smith-Muller, 2003). Alhoewel bondigheid in die literatuur neig om te fokus op die gebruik van onnodige woorde (genoem 'stoplappe' vanweë hulle betekenisloosheid), word die term breër getrek om frases in te sluit. Volgens Du Toit en Smith-Muller (2003) is die doel van hierdie stoplappe om die illusie te skep dat dit 'n argument beklemtoon, terwyl dit nie die waarheid is nie. As hierdie woorde uitgelaat word, sal die boodskap dieselfde bly. Dit is dan die geval met die twee onduidelike frases wat genoem is.

Die frases is waarskynlik in die teks geplaas om patos (simpatie) tot die argument toe te voeg, maar omdat dit geforseerd en omslagtig is, word dit gereduseer tot 'n stoplap-sinsnede. Die navorser erken dat die genoemde argumente wel klem nodig het, en het die stoplappe met toepaslike alternatiewe vervang. Hierdie alternatiewe word in die volgende gedeelte verduidelik.

Onduidelikhede in brief A: 2

Onduidelikhede in brief B: 0

3.3.1.4 Nuwe sinne wat die relasionele boodskap bevat

Gedurende die teksanalise is gevind dat die balans tussen die ekspressiewe en relasionele boodskap ongelyk is, en dat die probleem opgelos moet word deur die ekspressiewe boodskap te verminder terwyl die relasionele boodskap vermeerder word. In die loop van hierdie studie word bepaalde veranderinge geassosieer met een van die genoemde aksies. Sover is die verwydering van onduidelikhede deel van die verminderings- en verbeteringsproses van die ekspressiewe boodskap. Tweedepersoonsverwysings, inklusiwiteit en nuwe relasionele sinne is deel van die invoeging van die relasionele boodskap. Die relasionele boodskap is uiters belangrik in die US se donasiebrief omdat die alumnus (leser) homself daarin moet 'sien', hetsy op 'n eksplisiete of implisiete wyse. As hy nie direk genoem word nie, moet hy ten minste aanklank vind by die teks self – dit sal lei tot 'n hoër kans vir positiewe beeldvorming.

Terwyl die twee eersgenoemde kategorieë van veranderinge slegs dit is wat dit sê, naamlik dat dit 'n verbetering van 'n bestaande tekselement is, is die nuwe sinne iets wat ingevoeg is omdat die relasionele boodskap heeltemal afwesig was.

Hier word twee tipes relasionele sinne behandel: Tipe 1 is sinne waar die skrywer die leser verbind met 'n persoonlikheidskenmerk. Anders gestel, die skrywer sê hier wat hy van die leser dink. Sinne wat in hierdie kategorie val, moet eksplisiet wees - daar moet dus 'n verwysing na die leser en na 'n byvoeglike naamwoord of karaktertrek wees. Die tipes kan oorvleuel in een sin; daarom word die sin meer as een keer genoem in die gedeelte.

Tipe 1 sinne in brief A: 3

- "vir u deurlopende belangstelling" (D.w.s. 'n belangstellende alumnus, of iemand wat omgee)
- "van die US se lojale ondersteuners"
- "in u persoonlike hoedanigheid, as 'n lojale en ondersteunende alumnus en/of donateur gemaak"

Tipe 1 sinne in brief B: 5

- "vir jou deurlopende belangstelling"
- "'n universiteit waarop ons alumni trots kan wees"
- "wat ons almal kan inspireer" (D.w.s. die alumni is mense wat inspirasie kry uit uitdagings)
- "die US en sy waardevolle alumni moet saamspan"
- "ons lojale alumni"

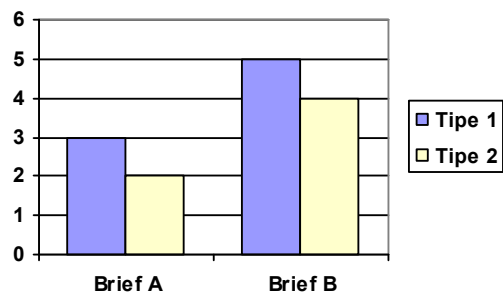
Tipe 2 sinne handel oor die verhouding tussen die leser en skrywer, d.w.s. in daardie sin word albei partye genoem. In die volgende sinne moet daar 'n verwysing wees na die US en alumnus apart of as 'n eenheid, en daar moet 'n verband tussen die twee bestaan.

Tipe 2 sinne in brief A: 2

- "Die US bly 'n gesogte en betroubare vennoot vir weldoeners en sy bestaande donateurs"
- "bykomende bedrag oor 'n tydperk van die US se lojale ondersteuners verkry sal moet word"

Tipe 2 sinne in brief B: 4

- "US en sy waardevolle alumni moet saamspan..."
- "Die US bly 'n gesogte en betroubare vennoot vir weldoeners en sy bestaande donateurs"
- "Ons versoek dus ons lojale alumni om die universiteit finansiële te ondersteun"
- "...kom ons bou so saam 'n voortreflike universiteit"



Figuur 3.3: Relasionele sinne

3.3.1.5 Oudmodiese woorde

In 'n taal raak woorde soms in onbruik om verskillende redes. Woorde wat nie meer in die publiek se spreek- of skryftaal voorkom nie, kan gesien word as oudmodiese woorde (Du Toit & Smith-Muller, 2003). Tot nou toe het hierdie woorde baie in amptelike dokumente verskyn, maar is besig om te verdwyn namate skrywers besef dat woordkeuse 'n belangrike stylelement is.

Oudmodiese woorde, omdat dit nie meer in alledaagse spreektaal voorkom nie, kan 'n vervreemdingseffek hê op die lesers. Groot instansies soos die US kan maklik gesien word as burokraties en oudmodies (hierdie eienskappe word verbind met 'n negatiewe beeld), en om hierdie vergelyking so ver moontlik te vermy, word woordkeuse relevant. Woordkeuse het 'n invloed op die beeld van die skrywer, d.w.s. op die ekspressiewe boodskap. Om balans te bring in die brief, moes die relasionele en ekspressiewe boodskappe gewysig word totdat dit min of meer dieselfde hoeveelheid blootstelling in die teks kry. Eliminering van oudmodiese woorde is 'n voorbeeld van hoe die ekspressiewe boodskap verbeter en verminder is. Sommige van die woorde kon nie sonder meer uit die teks gelaat word nie, omdat dit die sinne waarin dit voorkom, sou verwring.

Die probleem het egter bly staan dat die betrokke woorde 'n hoë konnotasiewaarde het, d.w.s. een van institusionaliteit en burokrasie. Die navorser het dus besluit op woorde wat meer neutraal is in terme van gebruiksfrekwensie en konnotasie. Dit beteken dat die oudmodiese woorde vervang is met hedendaagse woorde om die teks (en dan die skrywer) 'n meer moderne beeld te gee. Die woorde, saam met hulle alternatiewe waar toepaslik, word gegee. Waar 'geen alternatief' aangegee word, beteken dit dat die woord heeltemal uitgelaat is in die hersiene teks.

- Gewis - geen alternatief
- Nietemin – tog
- Vele - baie
- Derhalwe - dus

Frekwensie van oudmodiese woorde in brief A: 4

Frekwensie van oudmodiese woorde in brief B: 0

3.3.2 Die sekondêre veranderinge

Soos op bl. 14 genoem, is hierdie veranderinge aangebring as ondersteuning vir die primêre veranderinge. Dit behels elemente wat nie noodwendig getoets word deur die navorser nie, maar wat geloofwaardigheid en stilistiese eenheid verleen aan die herontwerpte weergawe van die donasiebrief.

3.3.2.1 Vereenvoudigde sinne

Aktiefkonstruksies wat passiefkonstruksies vervang is die duidelikste sekondêre verandering. Passiefkonstruksies (ook genoem die lydende vorm) is gewoonlik langer, ingewikkelder sinne as aktiefkonstruksies. Dit is ook baie formeler as laasgenoemde (Steehouder et al. 1991) In Renkema (1989) word daar genoem dat die lydende vorm ook onpersoonlik is en baie gebruik word in amptelike dokumente, waarvan die donasiebrief 'n voorbeeld is.

Een van die vereistes van 'n maklik leesbare teks, is om 'lewendig' te wees. Om 'n 'lewendige' teks te skryf beteken om 'n teks te skep wat voortdurend die leser se aandag behou. Dit behels die gebruik van beide aktiewe en passiewe sinne – wanneer net 'n paar sinne meer na aktief omgeskakel word sal die effek te subtiel wees om opgetel te word deur 'n leser. In 'n studie wat ekspertgerigte teksevaluasiemetodes gebruik, sal so aanslag gepas wees.

Sinne wat verander is van passief na aktief, word vervolgens aangedui.

Oorspronklike	Herontwerpte weergawe
"Dit word opreg waardeer"	"Ons waardeer dit opreg"
"Sakeredes vir die herposisionering sluit in dat die US homself in 'n toenemend kompeterende en komplekse omgewing moet onderskei"	"Die US se herposisionering beteken dat hy homself moet kan onderskei in 'n komplekse en kompeterende omgewing"
"Derhalwe word die direkte versoek om groter finansiële steun aan u"	"Ons versoek dus ons alumni"

"Daar is veral 'n behoefte aan beurse vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer"	"Jy kan veral 'n verskil maak vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer"
--	--

Tabel 3.1: Aktiewe en passiewe sinne

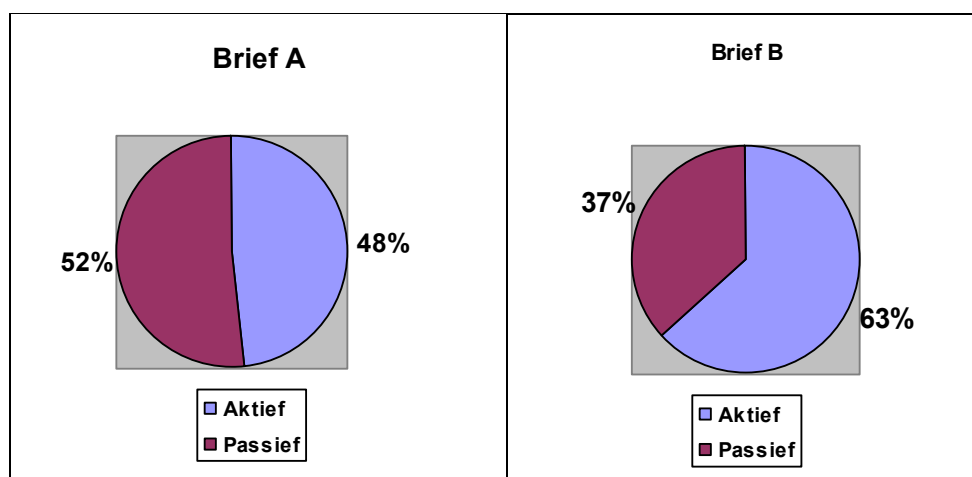
Al die sinne in die briewe word getel om vas te stel wat die verhouding tussen aktief- en passiefkonstruksies in elke brief is. Bysinne word ook hier as aparte sinne getel omdat daar dikwels 'n verskuiwing in sinstipe voorkom.

Totale aantal passiefkonstruksies in brief A: 14

Totale aantal aktiefkonstruksies in brief A: 13

Totale aantal passiefkonstruksies in brief B: 10

Totale aantal aktiefkonstruksies in brief B: 17



Figuur 3.4: Aktiewe en passiewe sinne

Ander sinne in die donasiebrief is slegs vereenvoudig om 'n stylbreuk te voorkom. Stylbreuk gebeur wanneer sinsdele en woorde wat saam gebruik word in 'n teks nie op dieselfde stylvlak is nie. Die resultaat is 'n verwarrende, onaantreklike teks (Steehouder et al. 1992) en (Du Toit & Smith-Muller, 2003).

Hierdie vereenvoudigings kan nie onder een hofie gegroeper word nie omdat dit op 'n verskeidenheid maniere gedoen is. Die volgende gedeelte dui slegs addisionele veranderinge aan wat nie te doen het met die veranderinge wat klaar

in die studie genoem is nie. Voorbeelde hiervan is grammatiese opknapping, woordvolgorde in 'n sin, en die verwydering van oortollige woorde.

Paragrawe waarin hierdie veranderinge voorkom, word aangedui. Die syfer in hakies dui die frekwensie van die verandering in daardie spesifieke paragraaf aan.

- Par. 3 (2)
- Par. 5 (2)
- Par. 6 (2)
- Par. 7 (1)
- Par. 8 (1)
- Par. 9 (2)
- Par. 12 (1)

3.3.2.2 Formele woordkeuse

Dieselfde beginsel is hier gevolg as wat genoem is in 3.3.1.5. Die navorser het gepoog om enige woorde wat nie in die gemaklike skryftaal (soms spreektaal) van die leser voorkom nie, te verwyder. Dit is gedoen as 'n ondersteuningsmaatreël, sodat die verwydering van die oudmodiese woorde nie te opletend is vir die leser nie. Formele woorde is soms met alternatiewe vervang wat meer neutraal is, en op dieselfde stylvlak as die alternatiewe vir die oudmodiese woorde is. Die veranderinge word vervolgens gegee.

- Sodanige - hierdie
- Katalisator - beginpunt
- Bewerkstellig - pas [alternatief moet in konteks gelees word, sien par.7]
- Hoedanigheid - geen alternatief

Frekwensie van formele woorde in brief A: 4

Frekwensie van formele woorde in brief B: 0

3.3.2.3 Die eksklusiewe 'ons'

'Ons', wat verwys na die US, is in die teks gebruik om twee redes. Eerstens, daar was 'n enkele skrywer, maar omdat hy net twee keer na homself verwys het in die teks, het dit onnatuurlik voorgekom. Tweedens, die eksklusiewe 'ons' dien as

ondersteuning vir die inklusiewe 'ons' - die lesers mag 'n sterker sin van inklusiwiteit ervaar as hulle meermale die woord in die teks sien, omdat herhaling help om 'n aspek sterker na vore te laat kom. Die navorser is egter bewus van die gevare wat die kombinasie van die inklusiewe en eksklusiewe 'ons' meebring. Lesers kan verward raak oor wie presies die 'ons' is. Die risiko is egter redelik klein, omdat lesers nie altyd aandagtig genoeg lees om hierdie subtiele verskille op te let nie. Daar bestaan dus 'n kans dat die briewe net vlugtig deurgelees word.

3.3.3 Opsomming van kwantifisering: veranderinge

Hieronder word 'n tabel gegee waarin die styl-element asook die frekwensie van gebruik in die regterkant aangedui word.

Tweedepersoonsverwysings – 'u' na 'jy' of 'jou'	10
Inklusiewe 'ons' gebruik	4
Onduidelikhede wat verwyder is	2
Nuwe relasionele sinne	5
Oudmodiese woorde wat verwyder is	5
Passiefkonstruksies verwyder	4
Algemene vereenvoudiging	11
Formele woordkeuse wat vervang	4
Eksklusiewe 'ons' gebruik	3

Tabel 3.2: Stylaspekte en frekwensie van gebruik

3.4 Samevatting

Deur die beredeneerde gebruik van stylaspekte is gepoog om 'n herontwerpte donasiebrief te skep waarin die relasionele en ekspressiewe boodskappe in balans gebring word. Hierdie metodologie word ingelig deur die IFP-model, deurdat die stylaspekte die beeld van die dokument en instansie direk beïnvloed. Primêre en sekondêre veranderinge verseker dat die teks outentiek lyk, en dat slegs die styl verander word, nie die inhoud nie.

HOOFSTUK 4

Vraelysondersoek en resultate

4.1 Inleiding

Hierdie hoofstuk bevat die resultate soos dit verkry is van die vraelys-komponent van die studie. Die resultate word verdeel in Biografiese Inligting, dan Afdeling A–E , soos dit in die vraelys ook verskyn. Die doel van hierdie hoofstuk is om die tematiek van die afdelings en vrae te bespreek, en moontlike tendense in die data uit te wys. Daar moet egter genoem word dat die studie gebruik gemaak het van 'n klein steekproef, en in sommige gevalle (spesifiek die bruin, jonger as 35 en bruin, ouer as 35 groepe) is die aantal respondente te min vir die studie om veralgemenings te maak. Dit kan gesien word as een van die gebreke van die e-posmetode van data-insameling. Resultate in hierdie subgroepe dien egter wel as 'n riglyn vir enige verdere studies wat oor hierdie onderwerp gedoen word, asook om 'n blik te gee op die tendense wat op die oomblik by die betrokke doelgroep waarneembaar is.

In dié hoofstuk word daar eers 'n oorhoofse blik oor die resultate gegee, deurdat die totaal van alle respondente se response weergegee word. In die daaropvolgende gedeelte, word elke groep se response tot een vraag vergelyk, sodat tendense makliker aan die lig sal kom.

Daar moet genoem word dat nie al die afdelings identies aangepak word nie, omdat die tipe vrae, asook wat hierdie vrae meet, verskil. Afdeling A handel oor die beeld van die US by die respondente. Dit is so ontwerp dat die volgende afdeling (B) effens oorvleuel met die eerste in die sin dat dit ook oor beeld handel, maar dan fokus op die beeld wat die *kommunikasie* van die US uitdra.

Afdeling C handel oor die respondent se keuse tussen brief A en B. In Afdeling D word die verhouding tussen die alumni en US ondersoek, terwyl Afdeling E handel oor watter stilistiese eienskappe respondente verkies, in 'n vergelyking tussen brief A en B. Omdat Afdeling E gebruik maak van 'n gemotiveerde keuse vraag tipe, sal die statistiese resultate aangebied word saam met verduidelikende kommentaar soos weergegee deur die respondente in die oop afdelings van elke vraag.

Die grafieke wys 'n waarde van tussen een en sewe aan: in die vraelys is daar van 'n tekstuele Likert-skaal gebruik gemaak. Dit is gekies omdat lesers dit makliker vind om teks te lees as om nommers te onthou wat hulle houding verteenwoordig. Dit lyk soos volg:

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

Tabel 3.3: Verbale Likert-skaal

Om die response statisties verwerkbaar te maak, is 'n numeriese waarde aan elke blokkie toegeken tydens verwerking. Dit beteken dat die eerste blokkie 'n "1" sal wees, terwyl die laaste blokkie 'n "7" is. Dit lyk inderwaarheid só:

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam
1	2	3	4	5	6	7

Tabel 3.4: Verbale Likert-skaal met numeriese waardes

Wanneer daar in die grafiek byvoorbeeld 'n "4" aangetoon word, beteken dit "Neutraal" - dit sal egter deurgaans bespreek word in die resultate self, en word net hier ter verduideliking aangebied.

In sommige gevalle is daar 'n vraag waar sekere opsies (byvoorbeeld "stem glad nie saam nie") deur geen respondente gekies is nie. In so geval sal die opsie, in hierdie geval die nommer "1", nie op die histogram aangedui word nie.

4.2 Algehele Response

In hierdie gedeelte word die respondente se response as 'n geheel uitgebeeld – daar is een histogram per vraag.

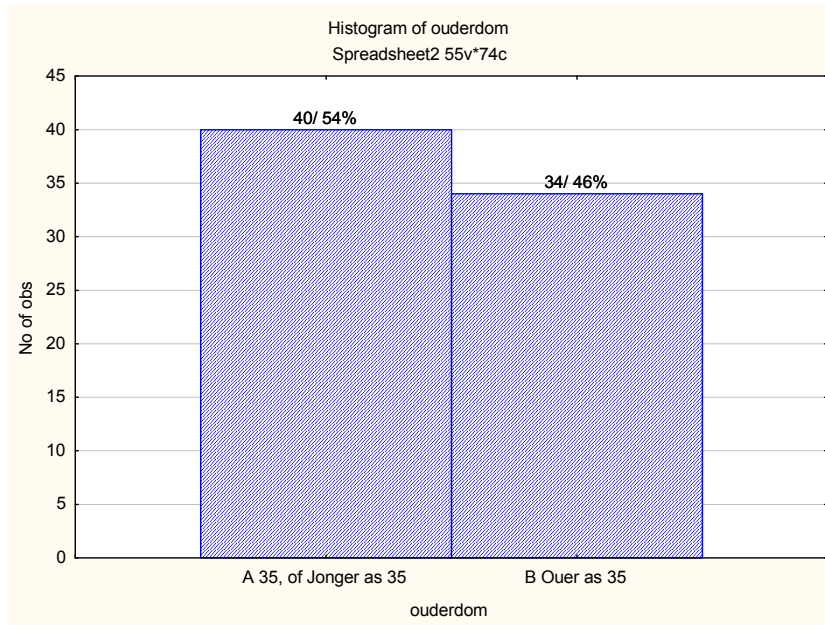
4.2.1. Biografiese Inligting

Hierdie afdeling behandel slegs die twee veranderlikes wat in die studie gebruik is, naamlik ouderdom en ras. Daar het egter beperkinge ingesluit as gevolg van die demografie van persone wat in die verlede by die US gestudeer het, asook die navorsingsmetodologie. Ten einde enige geografiese bevooroordeeldheid te voorkom, is daar op 'n elektroniese medium besluit om die vraelyste te versprei en weer in te samel. Die navorser wou ook verseker dat die Stellenbosch Stigting, wat 'n waardevolle bydrae gelewer het tot die studie deur die vraelyste uit te stuur en te ontvang, so min as moontlik ontwig word deur die vraelysverspreiding en data-insameling.

Dit het egter gou duidelik geword dat daar 'n baie klein hoeveelheid bruin persone ouer as 35 se e-posadres op die Stigting se stelsel is. Daar is gepoog om ten minste 20 respondente in elk van die vier subgroepe te hê. As gevolg van hierdie beperking is die hoeveelheid respondente uit elke ras egter nie na wense nie:

Bruin, ouer as 35:	14
Bruin, jonger as 35:	20
Wit, ouer as 35:	20
Wit, jonger as 35:	20

Die balans tussen die twee ouderdomme word grafies voorgestel:



Figuur 4.1: Die aantal respondente uit die twee ouderdomsgroepe

Die twee ouderdomsgroepe is nie gelykop verdeel nie, omdat die aantal respondente in die bruin, ouer as 35 groep 'n laer responskoers as die ander respondentgroepe gehad het. Daar moet in gedagte gehou word gedurende die bespreking van die resultate, dat daar nie veralgemenings gemaak kan word nie – slegs tendense kan uitgewys word.

Die balans tussen die twee rasse word ook vervolgens aangedui:

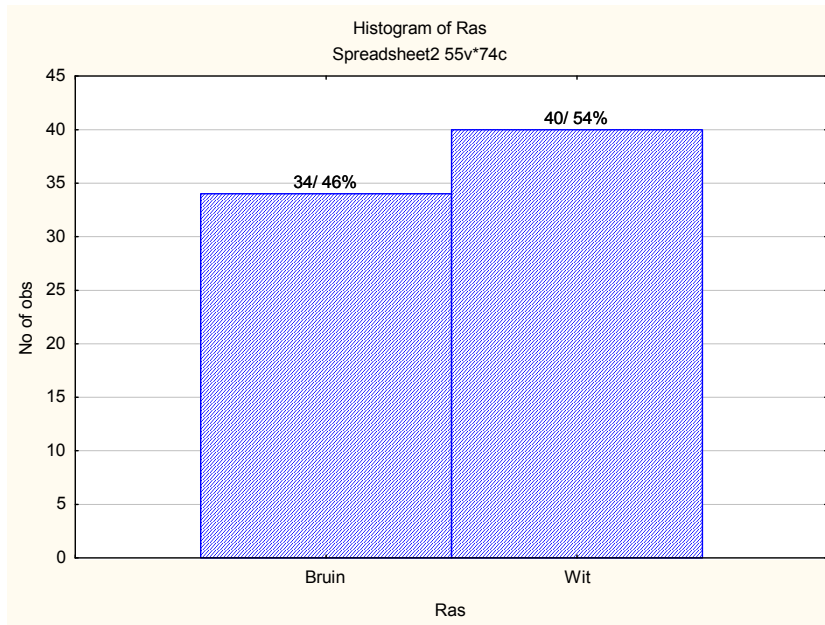
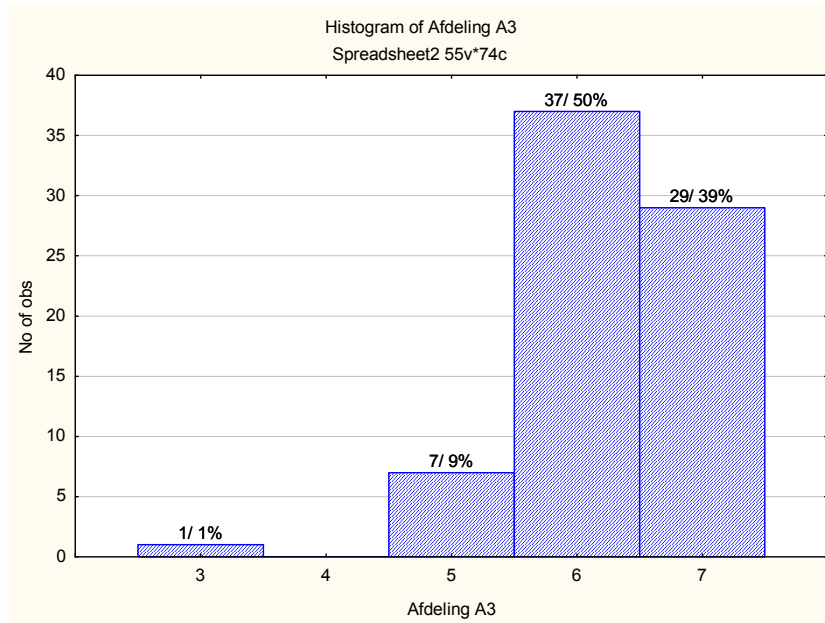


Fig 4.2: Die aantal respondente uit die twee rassegroepe

Weereens is die verspreiding tussen die twee rasgroepe oneweredig, omdat die Bruin, ouer as 35 groep slegs 14 response opgelewer het, terwyl die oorblywende drie groepe almal 20 respondente gehad het. Ook hier word nie veralgemenings gemaak nie, daar word slegs tendense uitgewys.

4.2.2 Afdeling A

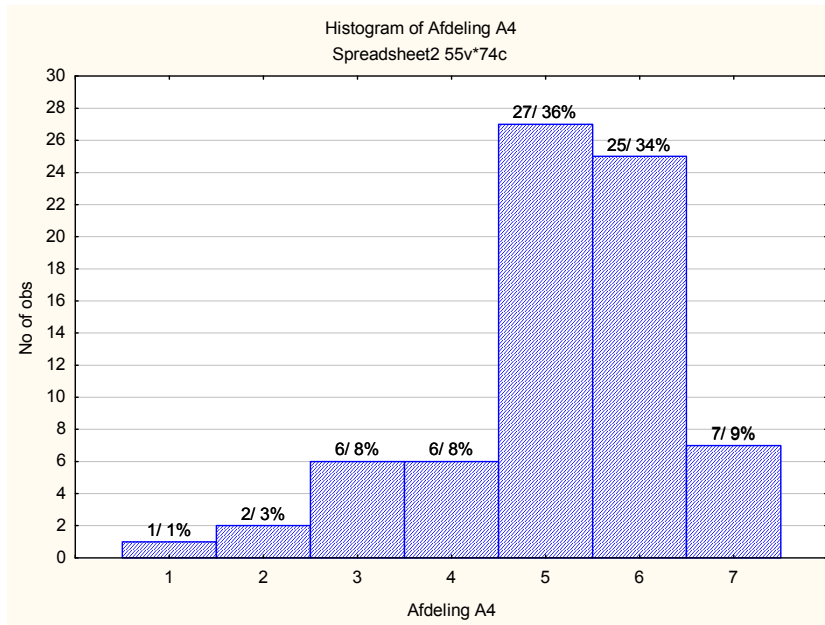
Vraag 3. Die Universiteit Stellenbosch (US) handhaaf hoë akademiese standaarde.



Figuur 4.3: Alle respondente se houdings teenoor die akademiese standaarde van die US

Die grootste gedeelte van die respondente het saamgestem dat die US hoë akademiese standaarde het, met "stem volkome saam" as die tweede hoogste respons. Een persoon het egter nie saamgestem nie. Die een persoon se respons kan egter gesien word as 'n uitskieter omdat dit letterlik die enigste respons is wat nie ooreenstem met die res van die data nie. Daar was ook geen respondente wat "stem glad nie saam nie" en "stem nie saam nie" as opsie gekies het, wat beteken dat dit nie in die histogram aangedui word nie.

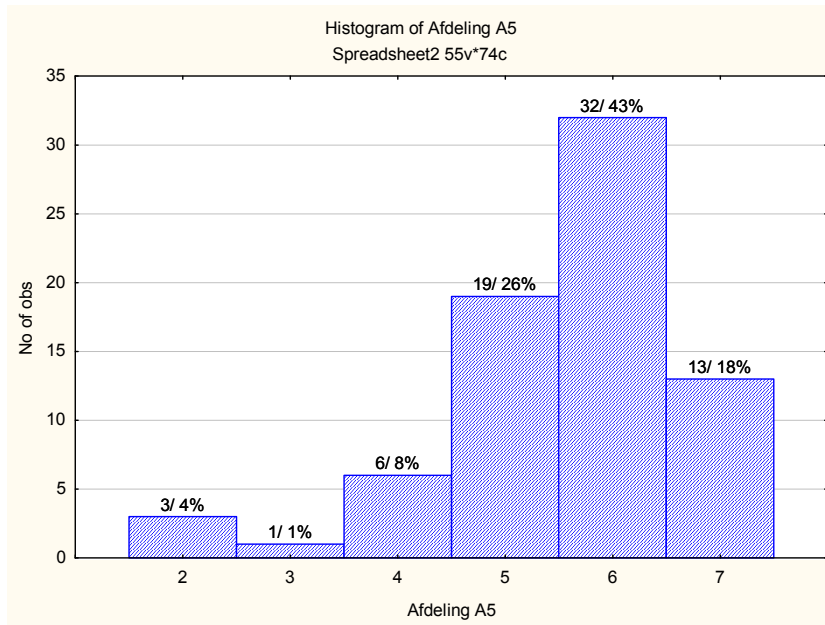
Vraag 4. Die US is 'n multikulturele omgewing.



Figuur 4.4: Alle respondente se houdings teenoor multikulturaliteit aan die US

Ongeveer 'n derde van die respondente het saamgestem met die stelling, teenoor bykans nog 'n derde wat selfs sterker saamstem. Die grafiek dui dat die meerderheid mense gevoel het die US is wel multikultureel. Bykans die helfte van respondente is nie heeltemal seker hoe die multikulturaliteit daar uitsien nie – die middelste drie response word gesien as effens neutraal.

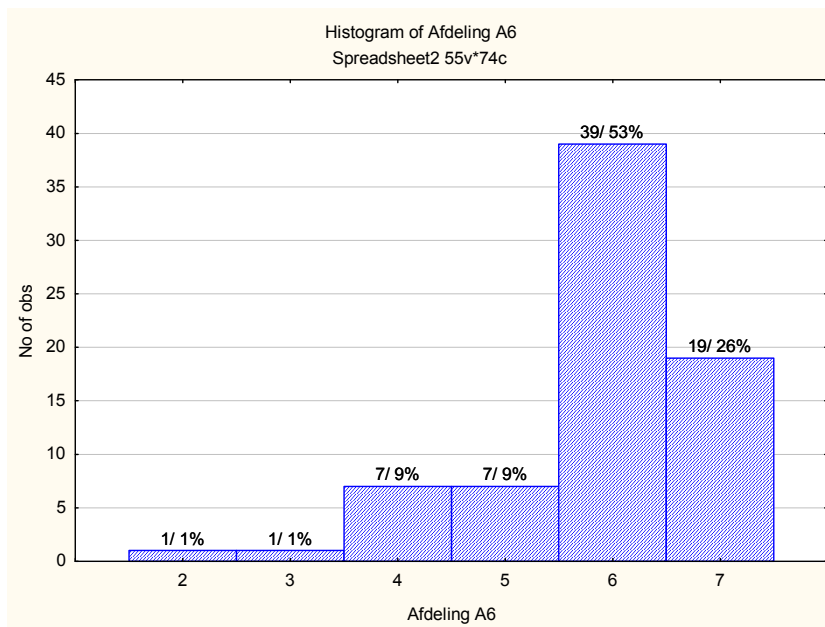
Vraag 5. Ek vind die US toeganklik.



Figuur 4.5: Alle respondente se houdings teenoor toeganklikheid aan die US

Die meerderheid van die respondente het gevoel dat die US toeganklik voorkom, hetsy deur sy kommunikasie, of die manier waarop hy sake doen met die publiek. Hierdie grafiek toon 'n redelike verspreiding van menings, maar met 'n positiewe resultaat vir die US. Slegs 61% het gevoel dat hulle saamstem (of volkome saamstem) dat die US toeganklik is – dit is 'n resultaat wat definitief kan beter wees, omdat die US dit as een van sy kerneienskappe ag.

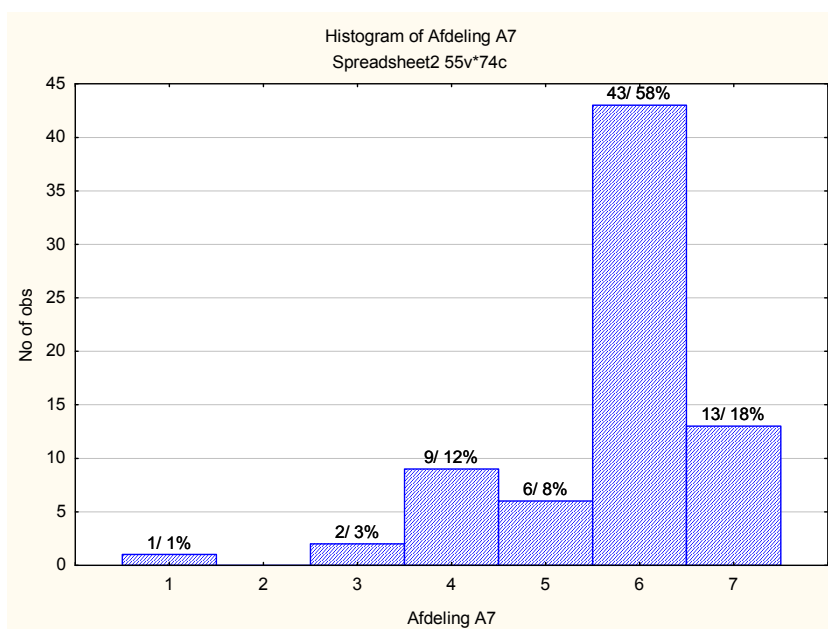
Vraag 6. Die US is 'n kennisvennoot vir sy studente en oudstudente.



Figuur 4.6: Alle respondente se houdings oor die feit dat die US homself 'n 'kennisvennoot' noem vir sy studente en oudstudente

In hierdie grafiek is dit duidelik sigbaar dat die US se belofte, of strewe daarna om akademies interaktief en ondersteunend te wees, bewaarheid is. 79% van respondente het gevoel dat die US wel hierdie belofte nakom. Die persentasie wat nie saamstem nie, is ver in die minderheid. Geen respondente het "stem glad nie saam nie" as opsie gekies, en dit wys dus nie in die histogram nie.

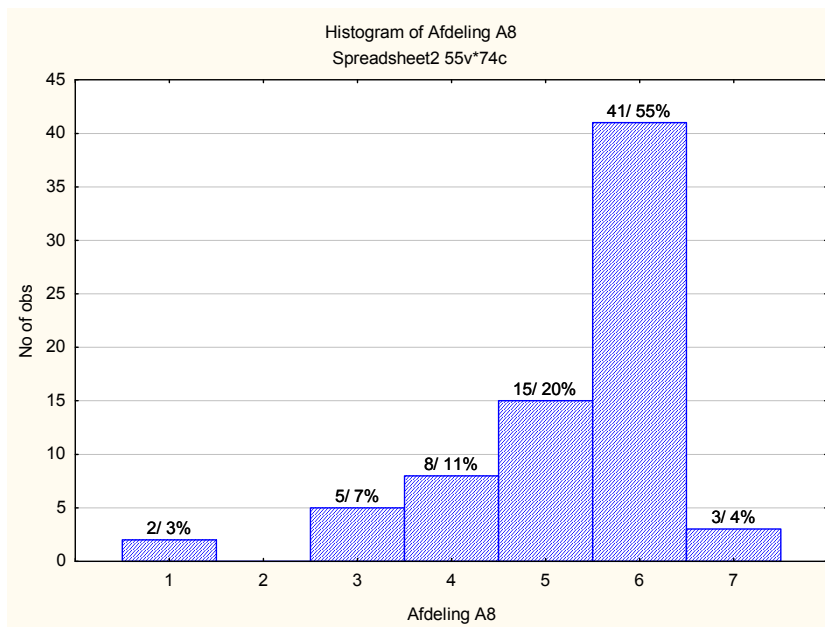
Vraag 7. Die US respekteer my.



Figuur 4.7: Alle respondente se mening teenoor die graad van respek wat die US aan sy alumni toon

Meer as twee derdes van respondente het gevoel dat die US wel respekvol optree teenoor sy oudstudente, terwyl die tweede hoogste persentasie gemeen het dat hulle 'volkome saamstem' met die stelling.

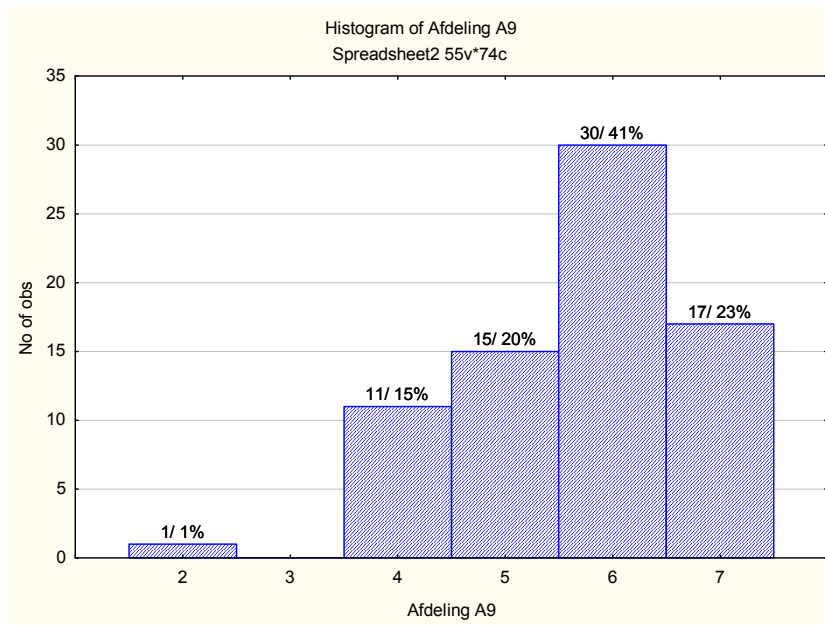
Vraag 8. Die US verstaan die demografiese behoeftes van die omgewing waarin hy funksioneer.



Figuur 4.8: Alle respondente se houdings teenoor die US se sosio-ekonomiese relevansie

Minstens die helfte van respondente het saamgestem dat die US wel in voeling is met die mense in sy onmiddellike omgewing soos die akademici, studente, en gemeenskap in Stellenbosch. Behalwe vir 4% wat volkome saamgestem het, is dit duidelik dat nie almal voel dat die US genoeg doen om op hoogte te bly met verskillende groepe nie.

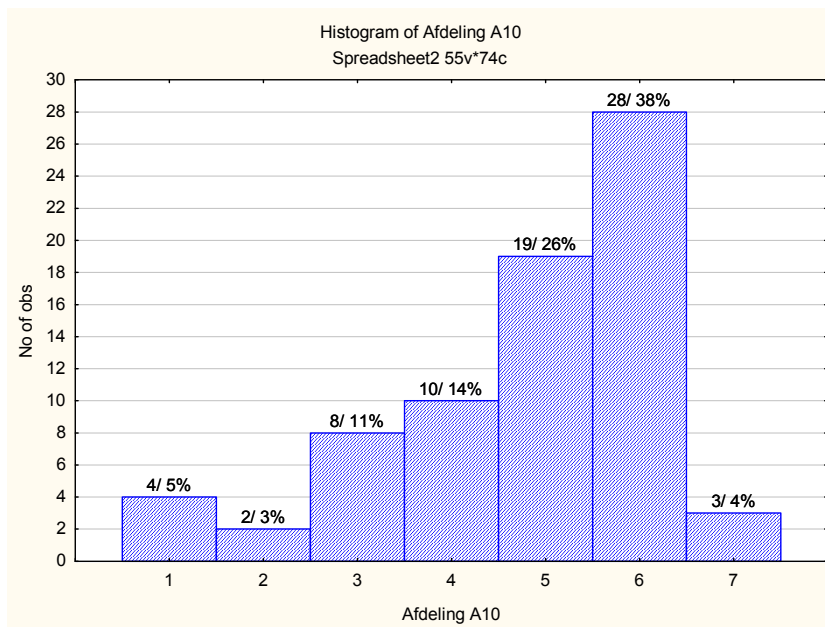
Vraag 9. Die US is betrokke by die plaaslike gemeenskap.



Figuur 4.9: Alle respondente se houdings teenoor die betrokkenheid van die US by die plaaslike gemeenskap

Die meerderheid respondente het gevoel dat die US wel insette lewer tot sy gemeenskap, veral omdat daar soveel inisiatiewe is wat aandag geniet, byvoorbeeld JOOL. In hierdie histogram is daar ook 'n "1" opsie ("stem glad nie saam nie") maar omdat geen respondente dit gekies het nie, wys dit nie in die figuur nie.

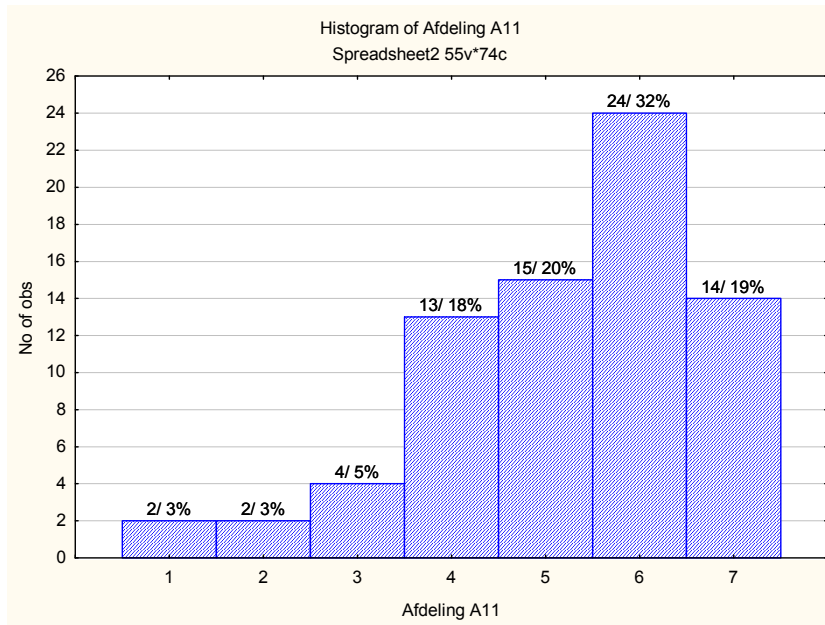
Vraag 10. Ek voel gelukkig met die manier waarop diversiteit deur die US hanteer word.



Figuur 4.10: Alle respondente se tevredenheid met die manier waarop diversiteit aan die US hanteer word

Hier is 'n redelike verspreiding van menings wat heeltemal anders lyk as vorige vrae. Die meerderheid stem steeds saam dat hulle tevrede is met die transformasie van die US, maar altesaam 19% is ontevrede hieroor, met 14% wat neutraal voel oor die situasie. 26% het gemeen dat hulle net soms tevrede is, wat beteken dit van situasie tot situasie mag afhang. Hierdie respons is dus miskien nie so gunstig vir die Universiteit as wat hulle binne die konteks van hulle gewenste beeld sou wou sien nie.

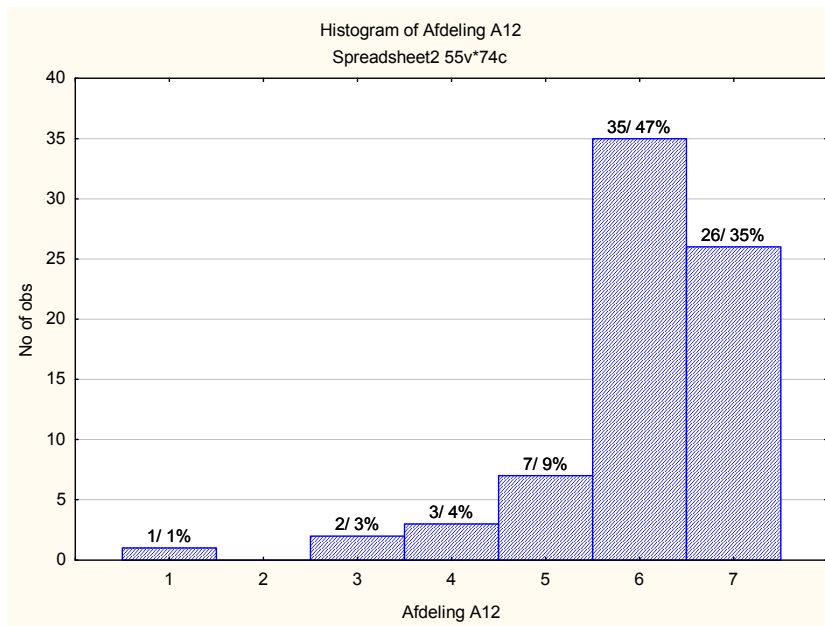
Vraag 11. Die US plaas baie klem op tradisie



Figuur 4.11. Alle respondente se menings of die US tradisiegebode is al dan nie

Die meerderheid respondente het gevoel dat die US wel klem plaas op tradisie. Dit is 'n goeie resultaat aangesien die US homself as 'n tradisie-georiënteerde instansie beskryf. Daar moet egter genoem word dat die US veral akademiese tradisies, soos uitnemendheid, aanmoedig (US Webtuiste, 2009).

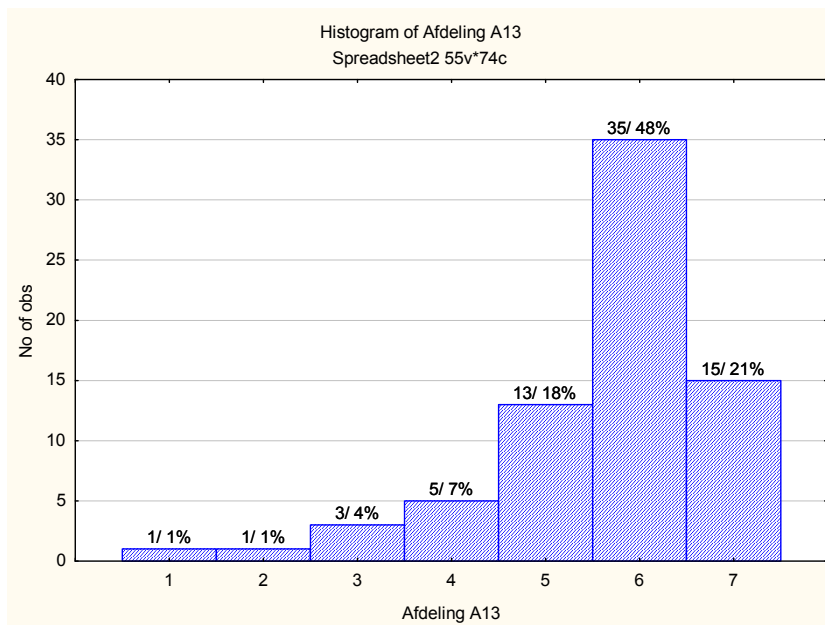
Vraag 12. Die akademiese personeel aan die US is bekwaam.



Figuur 4.12: Alle respondente se houdings oor die bekwaamheid van die akademiese personeel aan die US

Ongeveer 82% altesaam het saamgestem dat die akademiese personeel wel bekwaam is. Daar is slegs 4% wat voel dat hierdie stelling onwaar is.

Vraag 13. Die administratiewe personeel aan die US is bekwaam.



Figuur 4.13: Alle respondente se houdings teenoor die bekwaamheid van die administratiewe personeel aan die US

Net minder as die helfte van die respondente het gevoel dat die administratiewe personeel wel bekwaam is, met 21% wat volkome saamstem, en 18% wat soms saamstem. Slegs 6% het negatief gereageer op hierdie stelling.

Vraag 14. Is daar enige ander eienskappe wat volgens u pas by die Universiteit Stellenbosch? Indien wel, watter?

Hierdie vraag is ingevoeg as 'n oop vraag om enige verdere kommentaar op te vang. Dit het egter swak gevaar. Die volgende response, saam met 'n indikasie van watter respondent groep dit kom, word gegee. Die response is presies soos hulle op die vraelys voorkom weergegee, om outentiekheid te verleen aan die response. Spelfoute, uitdrukkings en formattering is nie verander nie.

"Van 'n baie hoë standaard, afgerond en baie professioneel." – Wit , ouer as 35

"Dis net nog 'n universiteit wat een ding 'predik' en 'n ander ding doen. Daar word uit te baie monde gepraat. Aan die een kant word bepleit en ondervind deur personeel en studente dat geld baie knap is en nie aan noodsaaklike dienste bestee kan word nie, maar aan die ander kant hoor 'n mens in die media en by monde van mense wat senaatsvergaderings bywoon, hoe geld bestee word om individue van die hoofbestuur van die universiteit te bevoordeel en gelukkig te hou. Dit klop net nie! Vis vrot van sy kop af – dis nou maar seker." – Wit, ouer 35

"Studente se gemeenskapsbetrokkenheid en opheffing kan gerus meer in die algemene media verskyn. Donateurs sal ook makliker oortuig word" – Wit, ouer as 35

"Sterk koshuistradisie. My maggies, waar sou die US op die globale map gewees het as dit nie was vir alumni koshuisgangers, uit wie se geledere baie akademici ook gekom het?!" – Wit, jonger as 35

"Mens lees deesdae baie oor navorsingsuitsette aan die US en dit is goed." – Wit, jonger as 35

"Die Universiteit fokus baie op kulturele aktiwiteite en op taal. Die Universiteit sorg goed vir studente se welstand, met n gesondheidsdiens, die USBD,

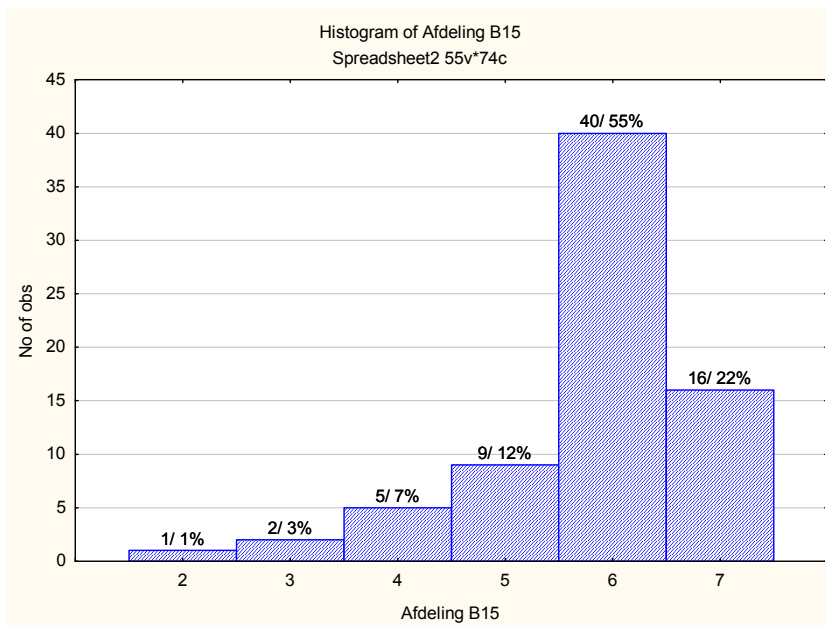
informatie, die sielkundige dienste en help student in tye van krisis soos die Dagbreek-brand en die onlangse N1H1.” – Wit, jonger as 35

“Ek dink die US kan meer toeganklik wees via sy webtuiste. Kursusinligting, studiekoste, ens. – dit gee ’n gesoek af en mens kry die gevoel dat jy verleë is vir is vir die universiteit.” – Wit, jonger as 35

“Verandering geskied stadig, maar dis ’n goeie eienskap.” – Bruin, ouer as 35

4.2.3 Afdeling B

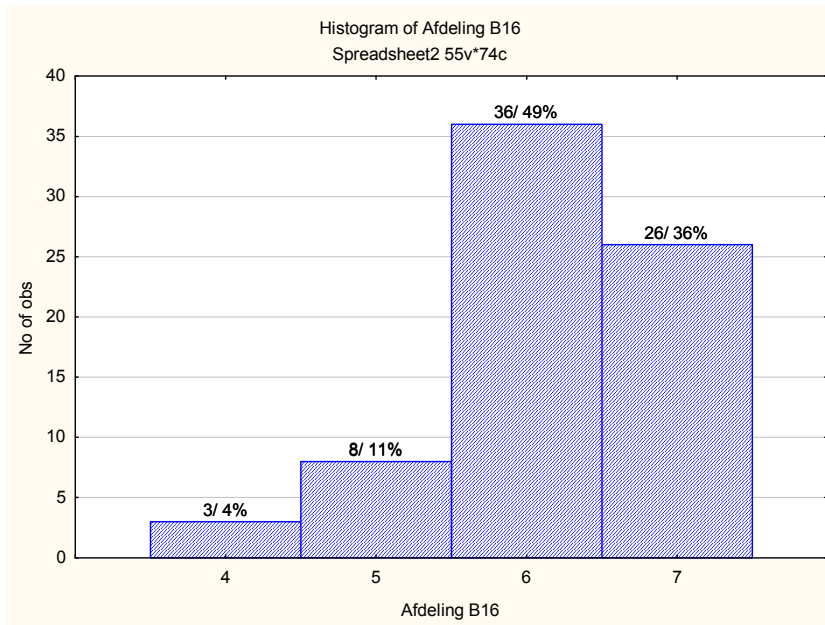
Vraag 15. Ek is gelukkig met die manier waarop die US met my kommunikeer.



Figuur 4.14: Alle respondente se houding teenoor die manier waarop die US met hulle kommunikeer

Ongeveer die helfte van die respondente het gelukkig gevoel met die manier waarop die US met hulle kommunikeer, met die tweede grootste persentasie wat volkome saamstem. Slegs 4% het negatief gereageer.

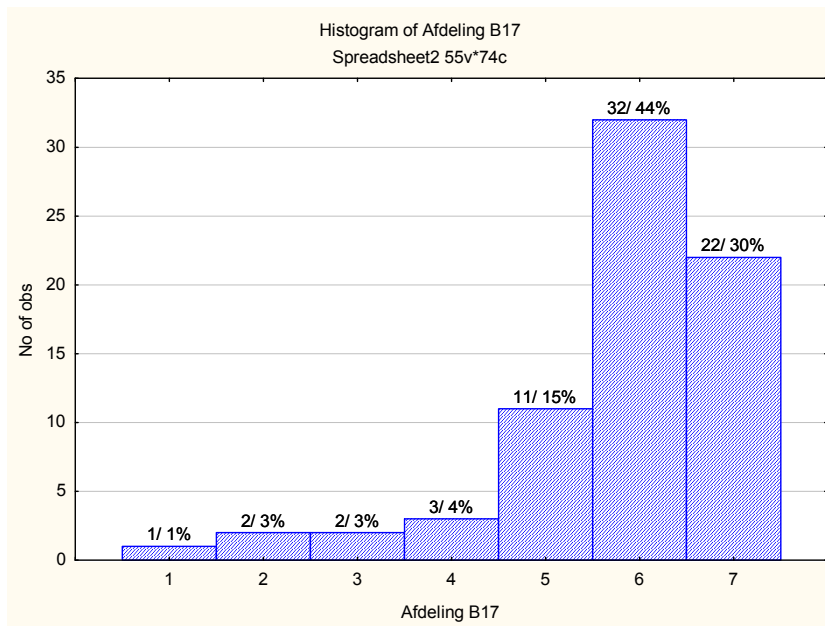
Vraag 16. Ek vind die US se kommunikasie professioneel.



Figuur 4.15: Alle respondente se mening of die kommunikasie van die US professioneel is

In hierdie figuur stem bykans alle respondente saam met die stelling, terwyl slegs 4% neutraal gebly het. Omdat "stem selde saam", "stem nie saam nie", en "stem glad nie saam nie" glad nie deur die respondente gekies is nie, word dit nie op die histogram aangedui nie.

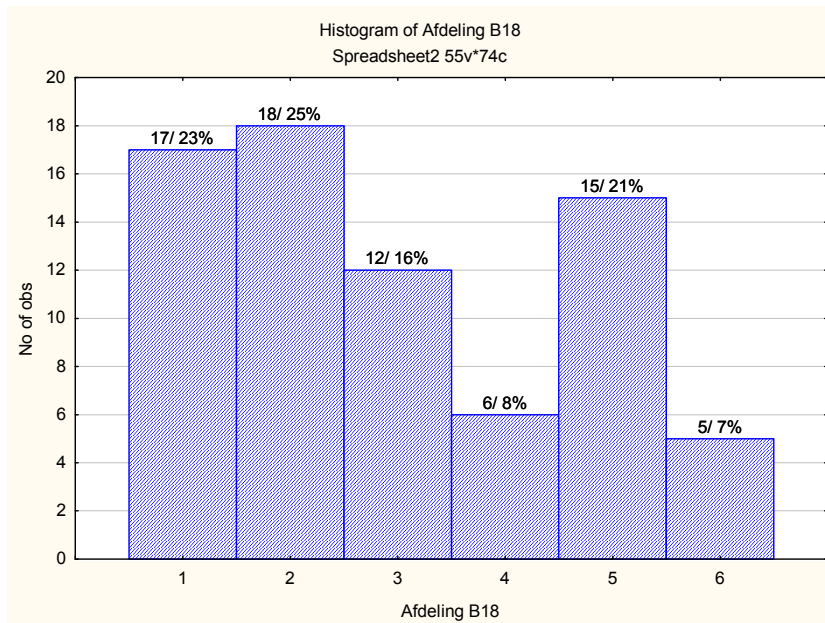
Vraag 17. Ek lees altyd die kommunikasie wat die US aan my stuur.



Figuur 4.16: Alle respondente se gedrag t.o.v. kommunikasie vanaf die US

Die oorgrote meerderheid van die respondente lees altyd (of in die geval van "stem soms saam" en "stem saam") meeste van die tyd die kommunikasie wat hulle ontvang van die US.

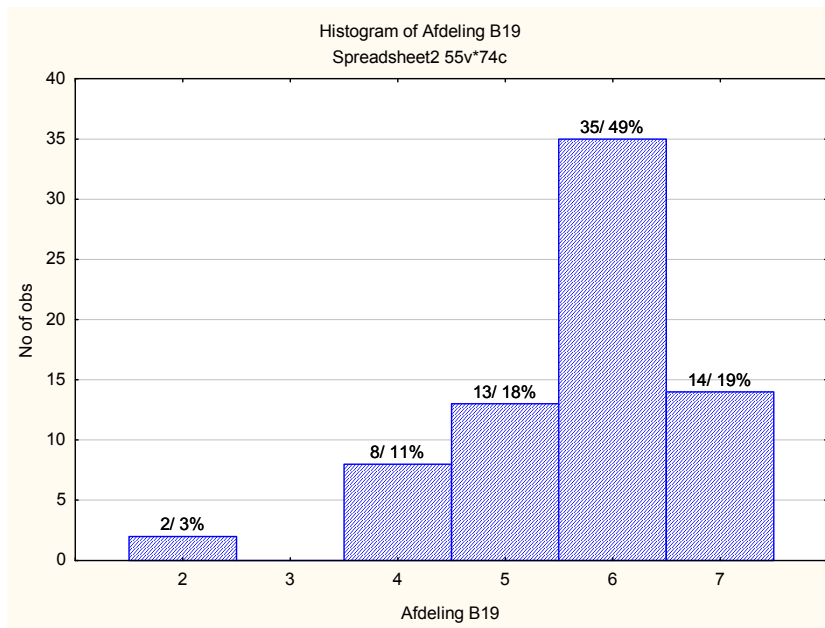
Vraag 18. Ek vind die kommunikasie van die US vervelig om te lees.



Figuur 4.17: Alle respondente se houdings teenoor die kommunikasie van die US, wat verveligheid betref

Hierdie vraag se resultate is omgekodeer – die meerderheid negatiewe response beteken dat die respondente NIE die US se kommunikasie vervelig vind nie. Hier is dus 'n resultaat wat in die US se guns tel. 21% van die respondente het saamgestem dat die US se kommunikasie wel vervelig is. Die wyer verspreiding van die response dui hier wel op 'n minder as volledig positiewe oordeel en mag 'n aanwyser wees vir die verbetering van sekere tipes kommunikasie.

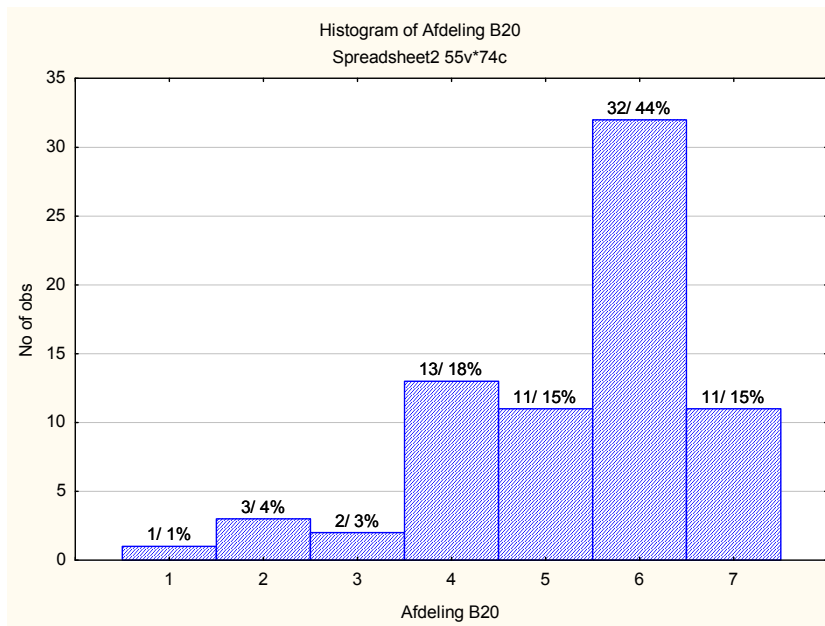
Vraag 19. Die US kom eerlik en opreg voor in sy briewe.



Figuur 4.18: Alle respondente se houding oor die graad waartoe die US opreg en eerlik in sy kommunikasie voorkom

In hierdie grafiek stem die meerderheid van die respondente saam dat die US wel opreg in sy kommunikasie voorkom, met slegs 3% van die respondente wat voel dat die stelling onwaar is.

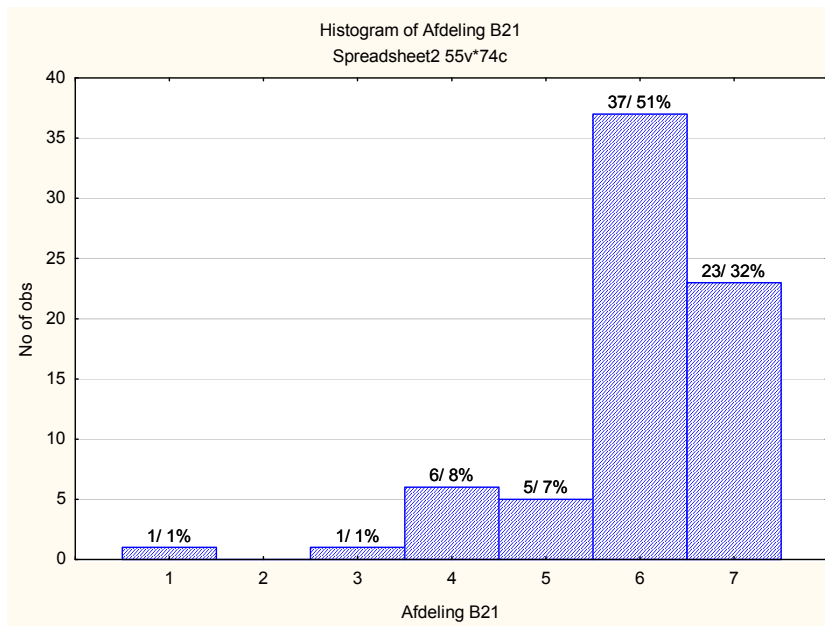
Vraag 20. Die US ag my as belangrik.



Figuur 4.19: Alle respondente se mening oor die US se graad van belangstelling in hulle

Uit hierdie vraag se resultate is dit duidelik dat 'n ruim hoeveelheid van die respondente gevoel het dat die US hulle as belangrik sien, met die meerderheid van respondente wat positief voel oor die stelling. Slegs 8% het negatief hieroor gevoel.

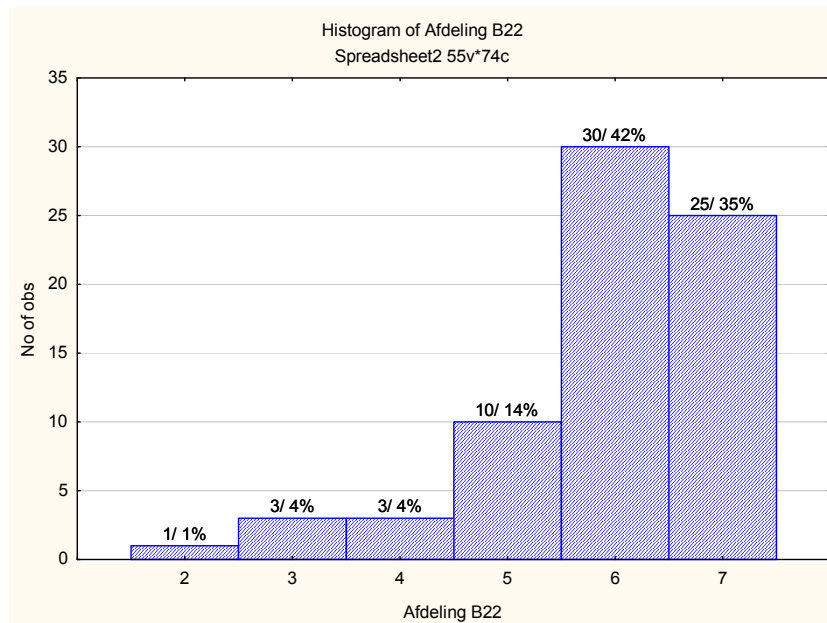
Vraag 21. Die US wil graag 'n goeie verhouding bou met sy alumni.



Figuur 4.20: Alle respondente se houding teenoor die US se geneentheid om 'n verhouding op te bou

Minstens 83% van die respondente het gevoel dat die US werklik 'n poging aanwend om 'n verhouding met hulle te bewerkstellig – dit is baie positief omdat dit reflekteer op die US se vasberadenheid om nie net sy huidige studente nie, maar ook sy oudstudee 'n prioriteit te maak.

Vraag 22. Die algehele beeld wat ek oor die US het, is positief.



Figuur 4.21: Alle respondente se houdings teenoor die beeld van die US

Die oorgrote meerderheid van die respondente het getoon dat hulle wel 'n positiewe beeld oor die US het, maar die feit dat ongeveer 5% van die respondente negatief oor die US gevoel het, beteken dat daar 'n rede gevind moet word vir hulle negatiwiteit.

Vraag 23. Het u enige ander opmerkings oor die US se kommunikasie en beeld? Indien wel, watter?

Vraag 23 was 'n oop vraag waar respondente enige opmerkings kon maak, en weereens het dit swak aftrek gekry. Die respondente se reaksies, saam met die veranderlike-kategorie, word gegee. Die response is presies soos hulle op die vraelys voorkom, weergegee om outentiekheid te verleen aan die response. Spelfoute, uitdrukkings en formattering is nie verander nie.

"Vanuit 'n navorsingsoogpunt is die US uitstekend en die opvoeding wat ek hier gekry het my deeglik voorberei vir 'n loopbaan in navorsing. Ek dink die US probeer hard om sy beeld as 'n inklusiewe inrigting te bevorder, maar my eie ervaring is dat bruin en swart studente nogsteeds teen gediskrimineer word. Hierdie diskriminasie is baie maal van 'n baie subtiele vorm en somtyds blatant. Hierdie siening het ek gekry met my vele gespreke oor die jare met bruin en swart studente. 'n Familielid van my was nou onlangs self betrokke by so 'n

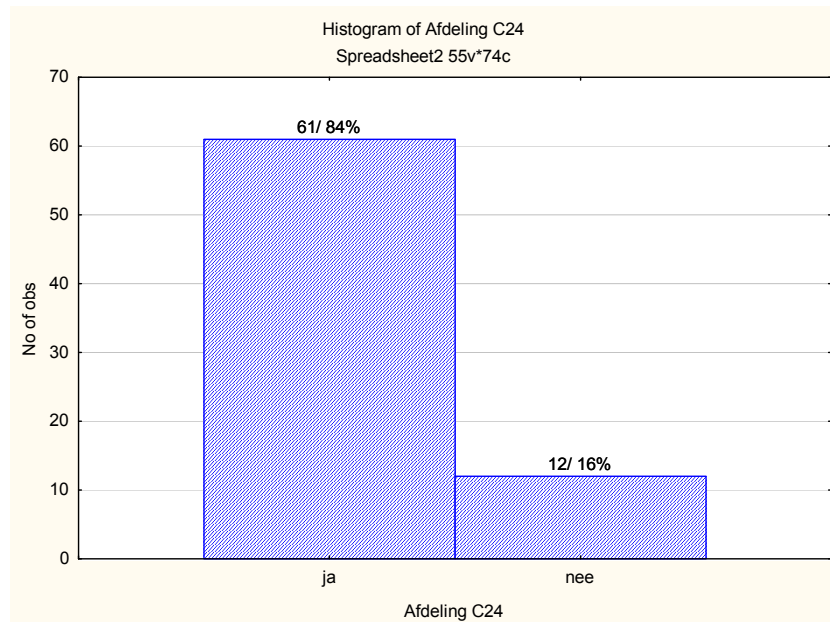
onsmaaklike geval tussen haar en 'n dosent. Die US sal moet hard werk aan sy beeld, maar vir my van groter belang is dat hierdie goeie bedoelings op grondvlak moet uitgeleef word. Aan die ander kant, het die US baie verander ten goede sedert ek in 1990 as vars eerstejaar voet gesit het in die Eikestad.” – Bruin, ouer as 35

“JA EK DINK DIE US MOET NOG BAIE DOEN OM VIR ANDER RASSE GROEPE WAT NIE WIT IS TE INTEGREER EN VIR HULLE TE BEWYS DAT MET NA STUDIESE HELP GELEENTHEDE GESKEP WORD. JA EK WEET JY MOET SELF MOTIVEEREND WEES MAAR ASSOSIASIES IN VANDAG SE LEWE MAAK GELEENTHEDE MOONTLIK” – Bruin, jonger as 35

“Ek is 'n trotse matie en dus age k die kommunikasie as belangrik en neem graag deel so ver moontlik. Die beeld en kommunikasie styl is in my mening bevredigend.” – Bruin, jonger as 35

4.2.4 Afdeling C

Vraag 24. Ek het al 'n donasievorm/brief van die US ontvang.

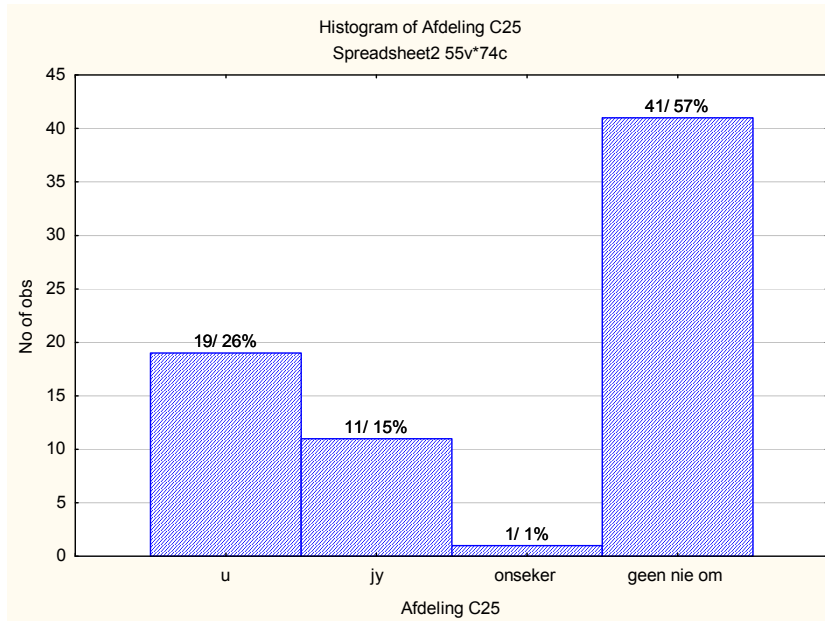


Figuur 4.22: Alle respondente oor die ontvangs van 'n donasiebrief of vorm

Die resultate van hierdie vraag wys dat meer as 80% van alumni donasiebriewe of vorms ontvang het – die vraag bestaan dus hoekom die res dit nie ontvang het nie. Dit kan moontlik 'n probleem wees in die kommunikasiestruktuur of

organisasie van die US, wat sekere mense uitgesluit kan laat voel. Dit sal in sommige gevalle lei tot 'n swak beeld omdat die organisasie van die kommunikasie swak is.

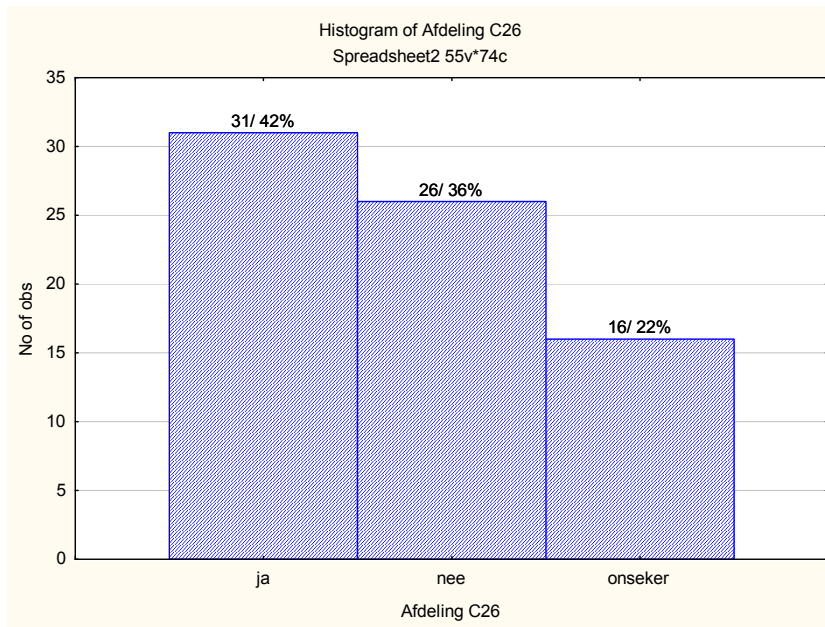
Vraag 25. Ek wil aangespreek word as:



Figuur 4.23: Alle respondente se mening oor hulle gekose aanspreekvorm

Hierdie figuur dui aan dat bykans twee derdes van respondente nie omgee hoe hulle aangespreek word nie, met die tweede hoogste respons vir die "u"-aanspreekvorm.

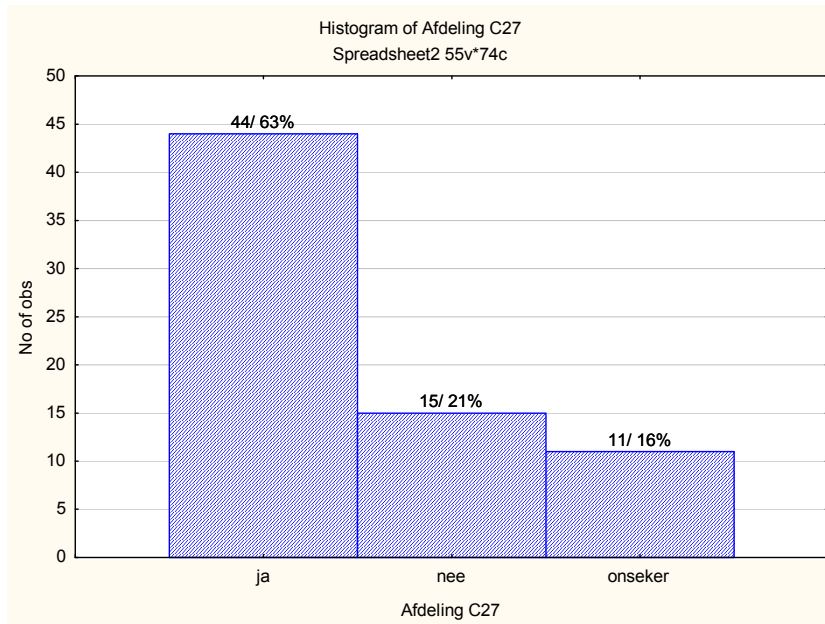
Vraag 26. Ek hou van die styl waarin brief A geskryf is.



Figuur 4.24: Alle respondente se houding teenoor brief A

Brief A is die oorspronklike donasiebrief wat deur die US uitgestuur is. Hierdie responskoers dui dat respondente wel van die brief gehou het, maar dat daar 'n redelike groot persentasie van die persone was wat of nie van die brief gehou het nie, of onseker was hoe hulle daaroor voel.

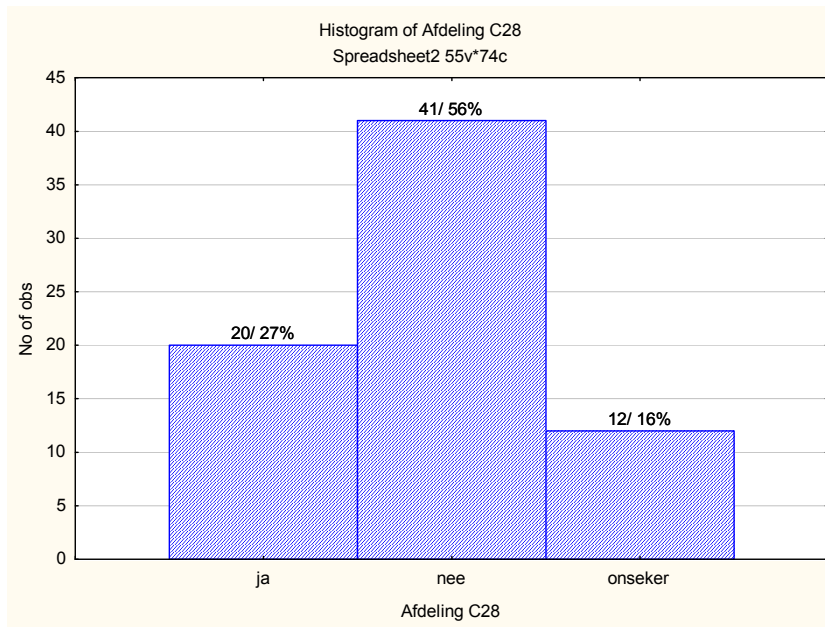
Vraag 27. Ek hou van die styl waarin brief B geskryf is.



Figuur 4.25: Alle respondente se houding teenoor brief B

Brief B is die weergawe van die donasiebrief wat deur die navorser herontwerp is. Die statistiek toon dat minstens twee derdes van hierdie brief gehou het, in vergelyking met die oorspronklike een. Daar was ook 'n beduidende hoeveelheid respondente wat gevoel het dat hulle nie van die brief hou nie, met 16% wat onseker was.

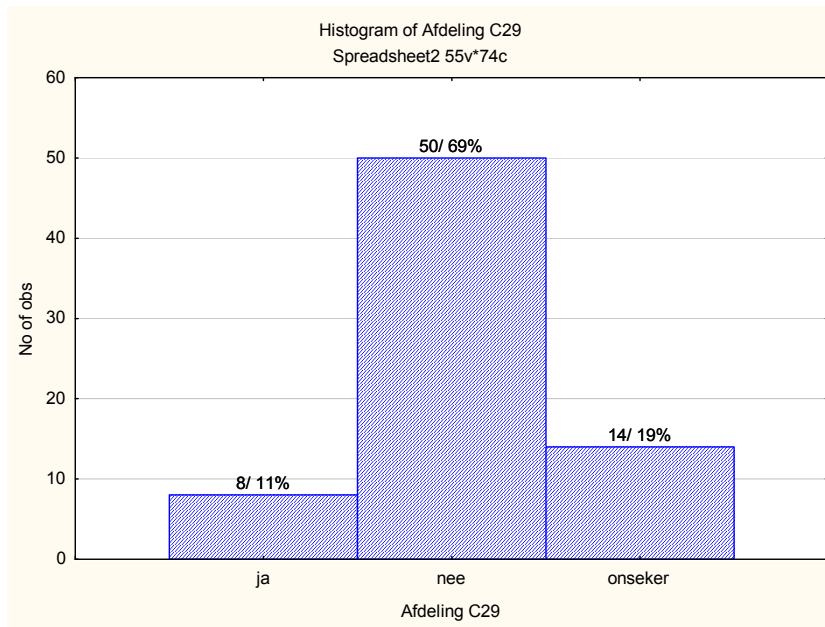
Vraag 28. Brief A bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.



Figuur 4.26: Respondente se houding teenoor die taalgebruik in brief A

Respondente het aangetoon dat die taalgebruik in brief A nie vir hulle vreemd is nie, d.w.s. dat dit woorde en of frases is wat hulle daaglik gebruik. Bykans een derde het egter gevoel dat brief A nie heeltemal ooreenstem met hulle taalgebruik nie, met 16% wat onseker was.

Vraag 29. Brief B bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.



Figuur 4.27: Alle respondente se houding teenoor die taalgebruik in brief B

Hierdie statistiek toon dat 69% van respondente gemaklik was met die taalgebruik in brief B, terwyl 11% van hulle verskil het. 19% was onseker hoe hulle daaroor voel.

Die volgende twee vrae is oop vrae waar respondente aangemoedig is om hulle keuse van brief A of B te motiveer. Niemand in die steekproef het egter hierdie twee vrae beantwoord nie. Die vrae word volledigheidsonthalwe gegee.

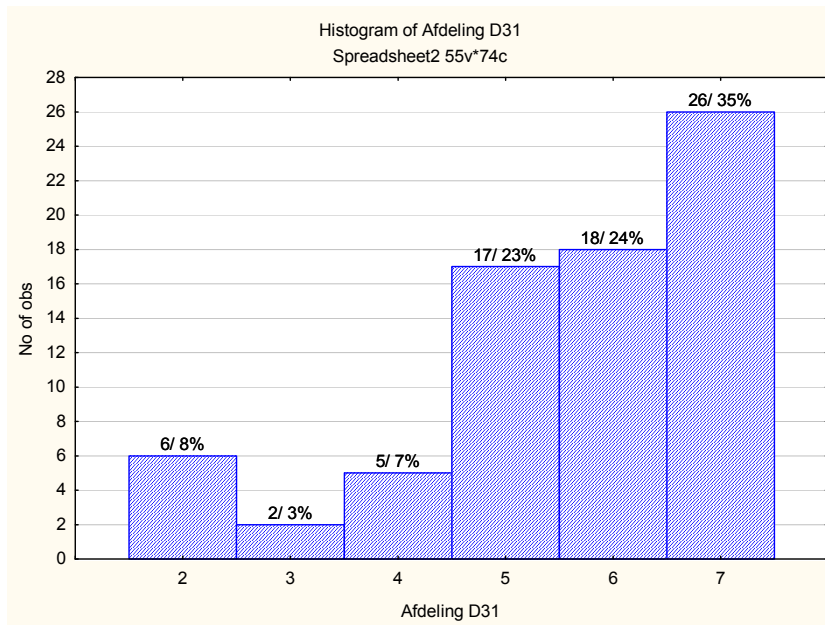
Vraag 30. As u "Ja" geantwoord het op vraag 28 of 29, kan u asseblief aandui watter woorde of frases u gepla het?

In teks A:...

In teks B:...

4.2.5 Afdeling D

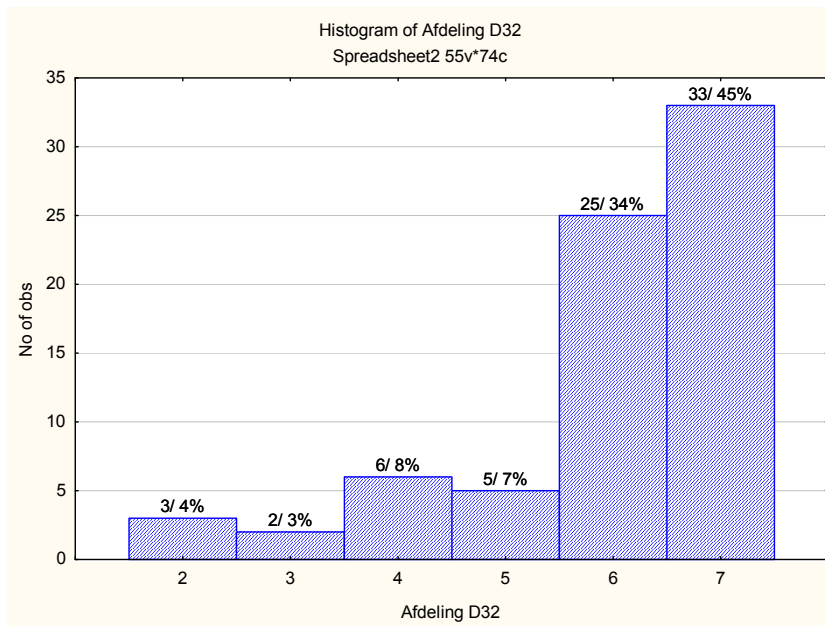
Vraag 31. Ek voel nog sterk verbonde aan die US.



Figuur 4.28: Alle respondente se houdings teenoor hulle verbintenis met die US

Hierdie grafiek toon dat ten minste 59% van die respondente nog baie sterk verbonde aan die US is, terwyl "stem saam" ook baie aftrek geniet. Slegs 11% van die response is negatief, terwyl 7% ambivalent oor die saak voel.

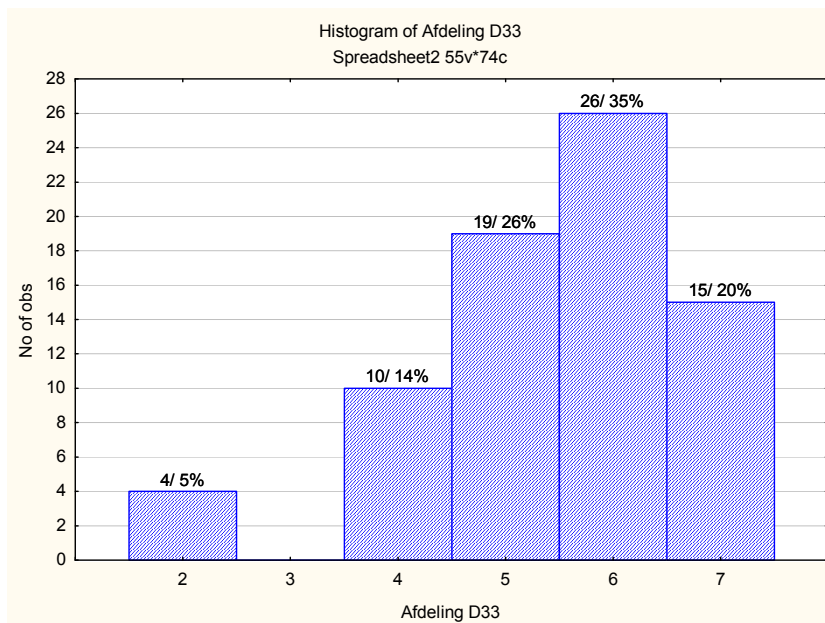
Vraag 32. Ek voel lojaal teenoor die US.



Figuur 4.29: Alle respondente se lojaliteit teenoor die US

Net minder as die helfte van die respondente het volkome saamgestem dat hulle lojaal teenoor die US is, terwyl die meerderheid respondente se antwoorde wel positief was. Slegs 7% van die response was negatief, terwyl 8% neutraal was.

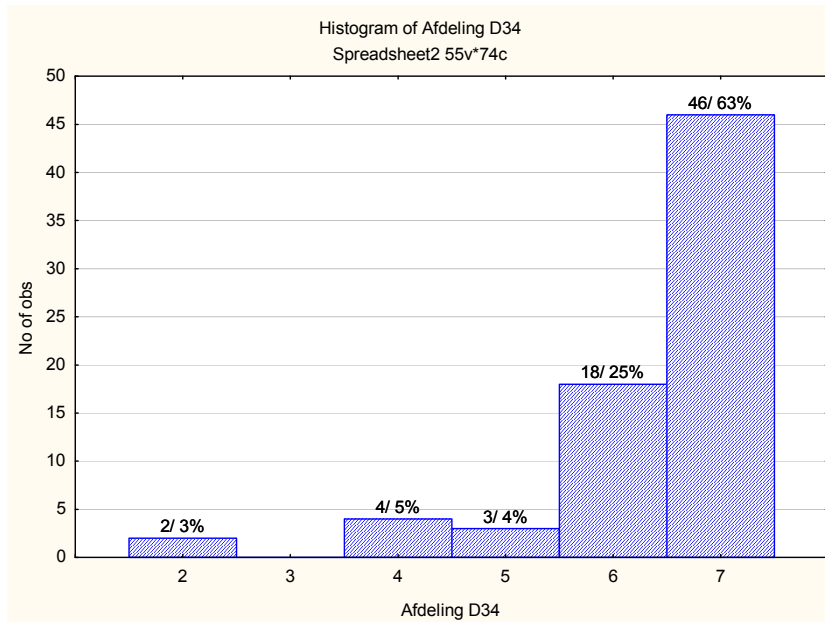
Vraag 33. My waardes stem ooreen met die US se waardes.



Figuur 4.30: Alle respondente se houdings teenoor gesamentlike waardes tussen hulself en die US

Die oorgrote meerderheid het hier saamgestem met die stelling, terwyl net 5% nie saamgestem het nie. 14% van respondente het neutrale response op hierdie vraag gegee. Dit kan aandui dat die respondente oor die algemeen dieselfde waardes as die US het.

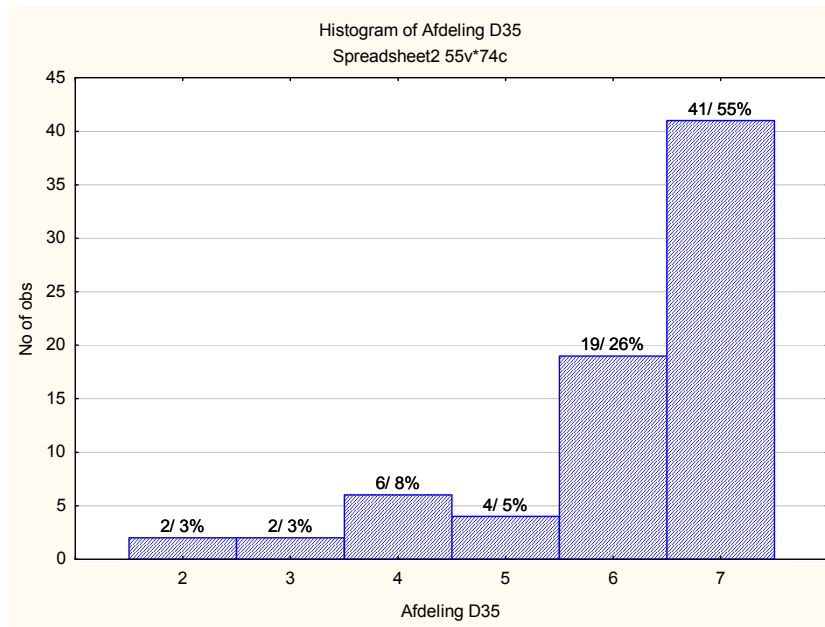
Vraag 34. Ek was in die verlede trots om 'n Matie te wees.



Figuur 4.31: Alle respondente se graad van trotsheid op hulle Matie-status in die verlede

Hierdie grafiek dui aan dat meer as twee derdes van die respondente in die verlede baie trots was om Maties te wees. Slegs 8% was nie positief nie. Hierdie vraag moet vergelyk word met Vraag 35 om vas te stel of oud-Maties se houding teenoor die US op enige tydstip verander het.

Vraag 35. Ek is vandag nog trots om 'n Matie te wees.



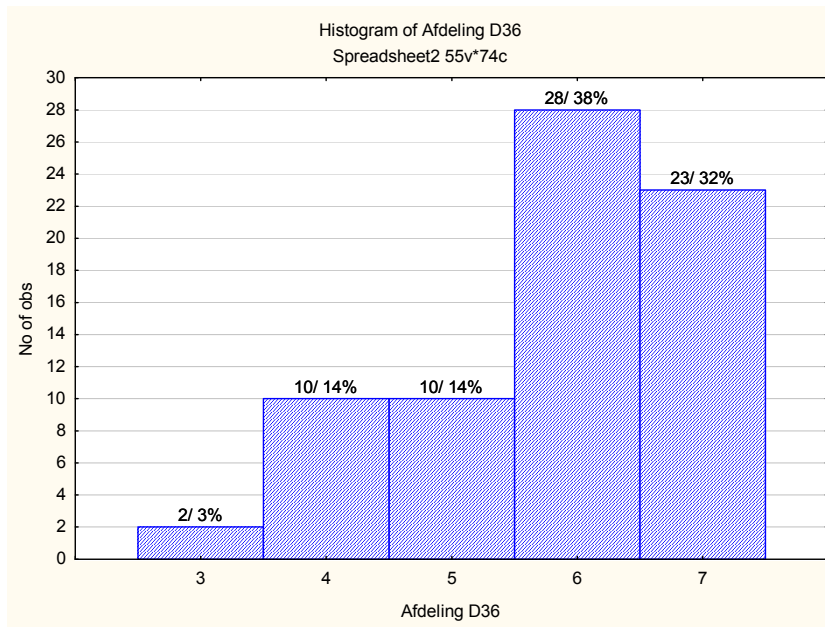
Figuur 4.32: Alle respondente se graad van trotsheid op hulle Matie-status in die hede

Hierdie grafiek moet met Vraag 34 se grafiek vergelyk word om afleidings te maak oor die verandering in houding by alumni. Die statistiek dui aan dat die aantal respondente wat positiewe response gegee het, afgeneem het, terwyl negatiewe en neutrale antwoorde toegeneem het. Die persentasies is dus as volg:

Respons	Positief	Neutraal	Negatief
Verlede(vraag 34)	92%	5%	3%
Hede (vraag 35)	86%	8%	6%
TOTAAL	6% afname	3% toename	3% toename

Tabel 4.1: Vergelyking tussen 'hede' en 'verlede' houdings van respondente oor die US

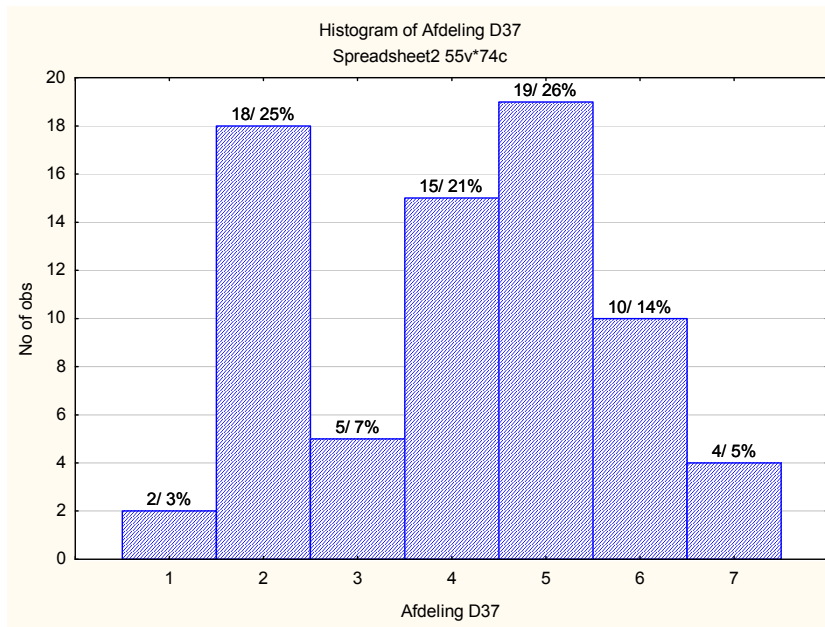
Vraag 36. My vriendekring en/of familie voel positief oor die US as 'n instansie.



Figuur 4.33: Alle respondente se response oor hulle sosiale groep se houdings teenoor die US

Uit hierdie resultate is dit duidelik dat respondente se families en vriende grootliks positief voel oor die US – dit is relevant omdat 'n persoon se sosiale groep kan druk uitoefen om 'n persoon se opinie te verander. 19% van die respondente het negatief gereageer op die stelling, terwyl 14% gevoel het dat hulle familie en vriende neutraal is. Dit kan wees dat hulle nie geweet het wat hierdie sosiale groepe dink nie.

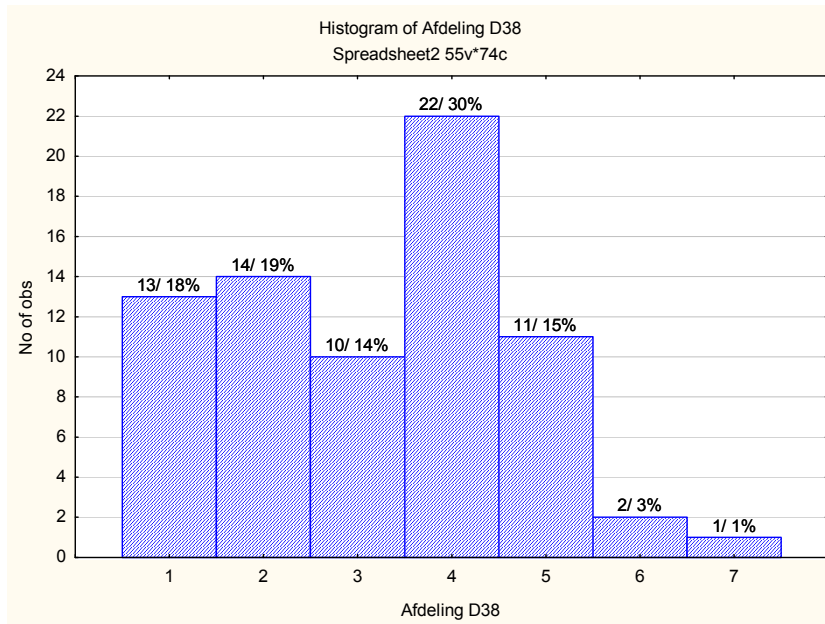
Vraag 37. Ek voel geïrriteerd wanneer ek 'n donasiebrief kry, ongeag die bron.



Figuur 4.34: Alle respondente se houdings teenoor donasiebriewe in die algemeen

Vraag 37 is in werklikheid 'n gekodeerde vraag – 'n negatiewe reaksie is dus eintlik 'n positiewe resultaat. Dit beteken dat 35% van die respondente nie geïrriteerd voel wanneer hulle 'n donasiebrief kry nie, terwyl 45% met die stelling saamgestem het. 21% het neutraal gebly – hierdie is 'n redelik eweredig verspreide resultaat, en daar is slegs 'n paar persentasiepunte wat die houdings van mekaar skei.

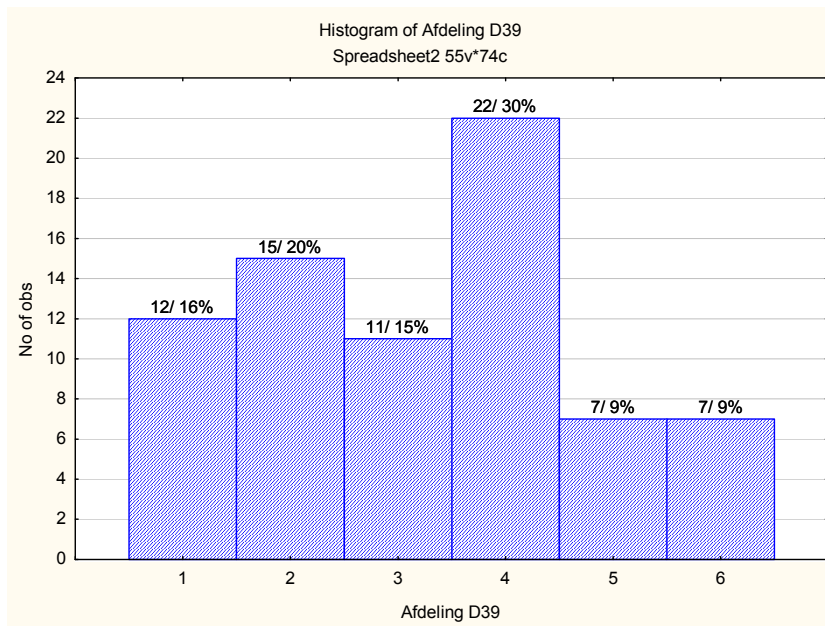
Vraag 38. My vriendekring en/of familie skenk graag geld aan die US.



Figuur 4.35: Alle respondente se antwoorde i.v.m. hulle familie se skenkingsgedrag

Hierdie grafiek dui dat die meerderheid van respondente se sosiale groep nie skenkings aan die US bemaak nie, terwyl 19% wys dat dit wel die geval is. 'n verrassende 30% het neutraal geantwoord – wat kan beteken dat hulle nie bewus is van enige skenkingsgedrag nie, of dat hulle familie ambivalent voel oor die saak.

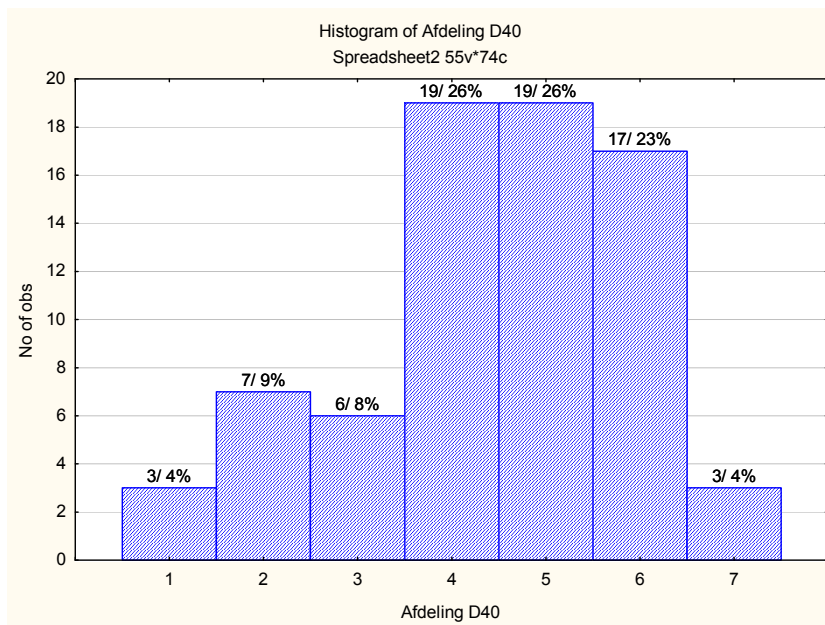
Vraag 39. Ek skenk graag geld aan die US.



Figuur 4.36: Alle respondente se skenkingsgedrag

Weer het 'n groot persentasie van die respondente neutraal gevoel oor die saak, terwyl 18% van die respondente geantwoord het dat hulle wel skenk. Die grootste persentasie, met 51%, skenk egter nie geld aan die US nie.

Vraag 40. Ek skenk graag geld aan ander organisasies.



Figuur 4.37: Alle respondente se skenkingsgedrag teenoor ander instansies of organisasies

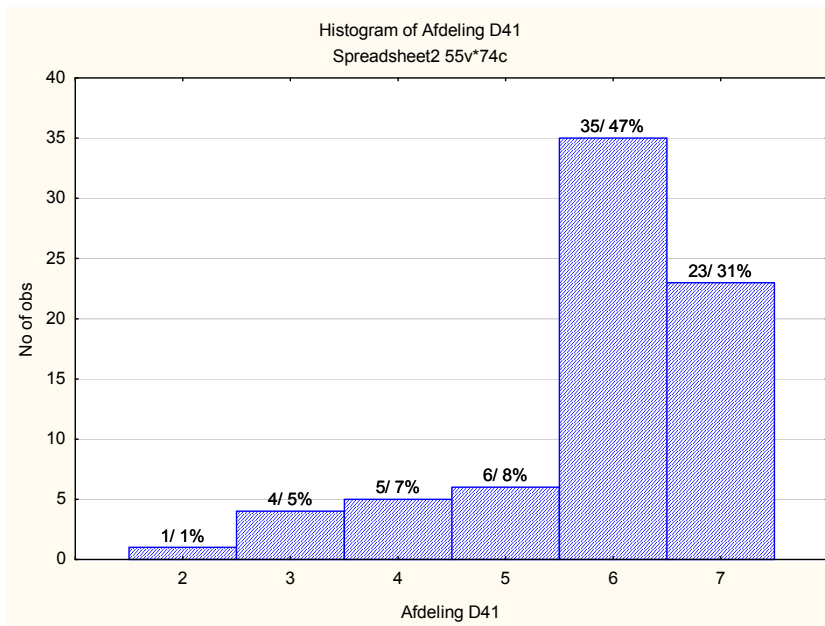
Respondente het aangedui dat hulle wel geld skenk aan ander organisasies, met bykans 53% wat die stelling saamgestem het. 26% is neutraal, en slegs 21% van die respondente skenk nie aan andere nie. Hierdie vraag kan met Vraag 39 vergelyk word om te sien hoe respondente se skenkingsgedrag verskil van die US teenoor ander organisasies. Die persentasies word gegee:

Respons	Skenk geld / Positief	Neutraal	Skenk nie geld / negatief
US (vraag 39)	18%	30%	51%
Ander (vraag 40)	53%	26%	21%
TOTAAL	35%	4%	30%

Tabel 4.2: Die skenkingsgedrag

Hierdie statistiek wys dat 53% van die respondente vir ander organisasies geld skenk, maar slegs 18% van die respondente vir die US 'n skenking sal maak. Die probleem is dus nie in dat respondente glad nie geld wil bewillig vir liefdadigheid nie. Terselfdertyd is daar 'n groter hoeveelheid respondente wat negatief teenoor die US gereageer het, as wat die geval is met ander organisasies. Daar is 'n beduidende verskil in die syfers, maar die bespreking hiervan sal in die volgende hoofstuk vervat word.

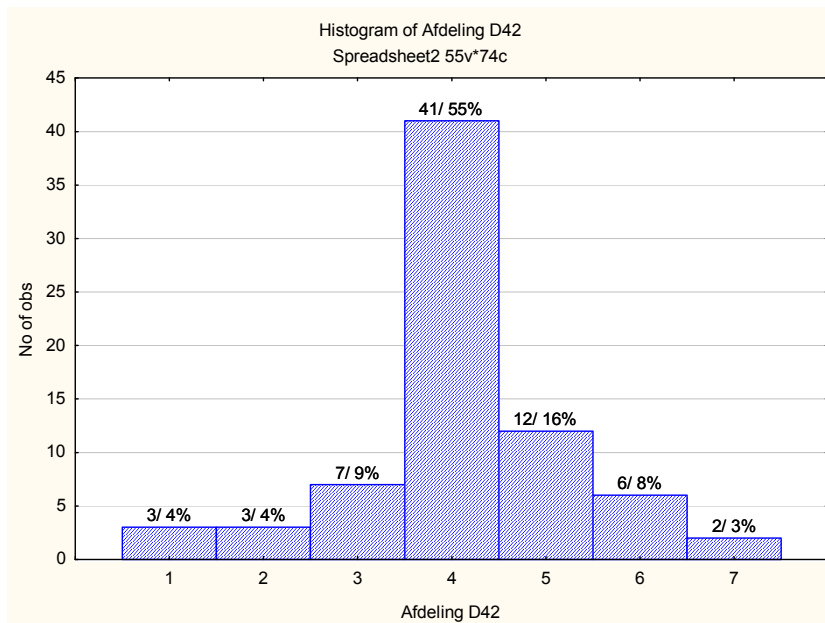
Vraag 41. Die US doen moeite om in verbinding te bly met sy alumni.



Figuur 4.38: Alle respondente se houdings teenoor die US se pogings om in verbinding te bly

Die response hier was oorwegend positief, met net 'n paar respondente wat gevoel het die US doen nie genoeg moeite om in verbinding te bly nie met sy alumni nie.

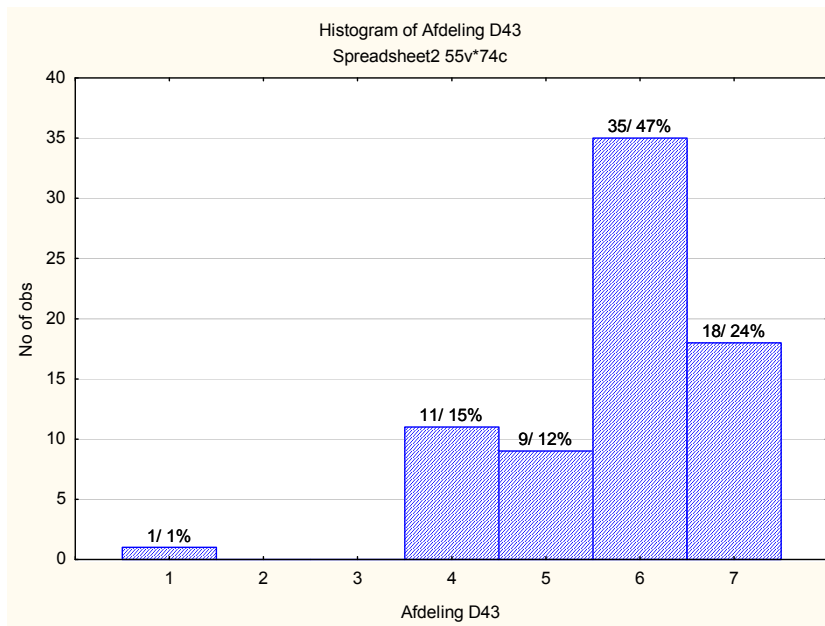
Vraag 42. Ek voel die US luister na my griewe en klagtes.



Figuur 4.39: Respondente se houdings teenoor die US se geneentheid om na hulle griewe en klagtes te luister.

Respondente het grootliks neutraal gevoel oor hierdie stelling, wat een van 'n paar moontlikhede kan uitwys. Respondente mag voel dat die US soms luister, en soms nie, of selfs dat mense nie regtig klagtes het nie. Die alternatief is gewoon dat die respondente nie weet of die US luister of nie – hierdie aspek kan problematies wees omdat die US homself roem op toeganklikheid, en dat hy in voeling is met sy sosiale konteks. As respondente voel hulle klagtes val op dowe ore, sal hulle 'n beeld vorm van 'n burokratiese en onsensitiewe instansie – iets wat die US wil vermy.

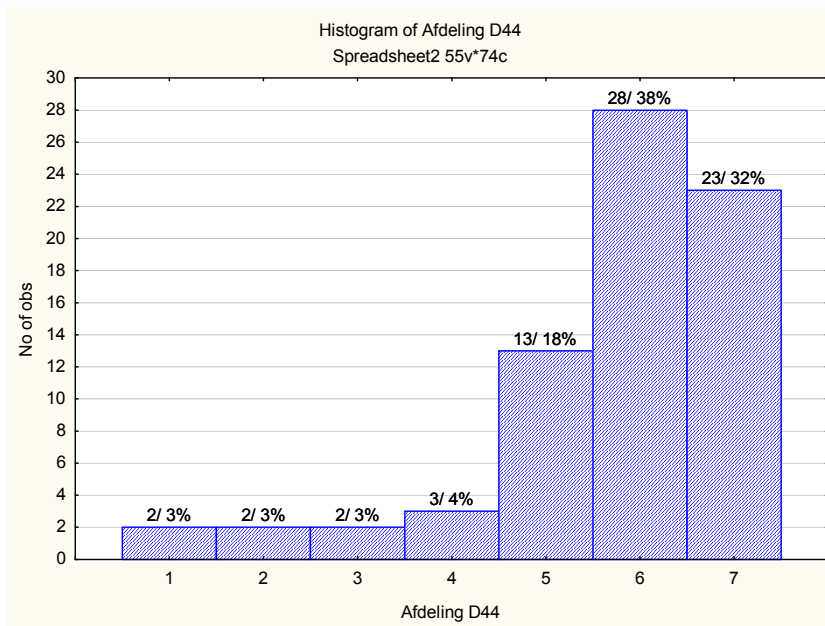
Vraag 43. Ek dink die US is trots op sy alumni.



Figuur 4.40: Respondente se menings of die US trots is op hulle al dan nie

Die meerderheid van die respondente het gevoel dat die US wel trots is op hulle – dit het 'n groot impak op beeld omdat die “I’m ok, you’re ok” beginsel hier relevant raak. As die US dit duidelik maak dat hy trots is op sy alumni, sal hulle positief voel oor die US (omdat laasgenoemde hulle in 'n mate ondersteun).

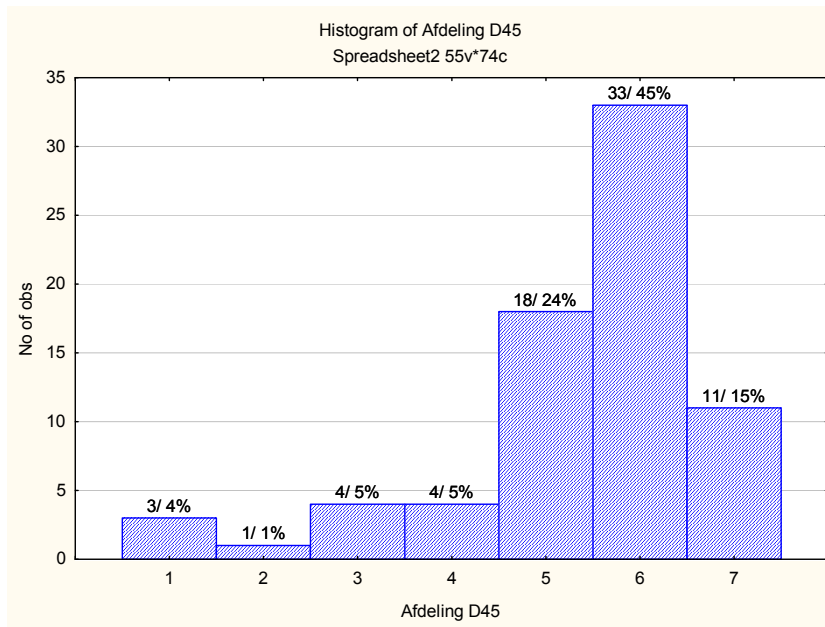
Vraag 44. Ek het goeie ervarings gehad met my dosente aan die US.



Figuur 4.41: Alle respondente se houdings oor hulle ervarings met akademici aan die US

Ongeveer 88% van respondente het goeie ervarings met hulle dosente aan die US gehad, terwyl 'n baie klein minderheid die teenoorgestelde aangedui het. Hierdie vraag is belangrik om vas te stel of enige negatiewe beeld rondom die US se beeld iets te doen het met alumni se ervarings met personeel.

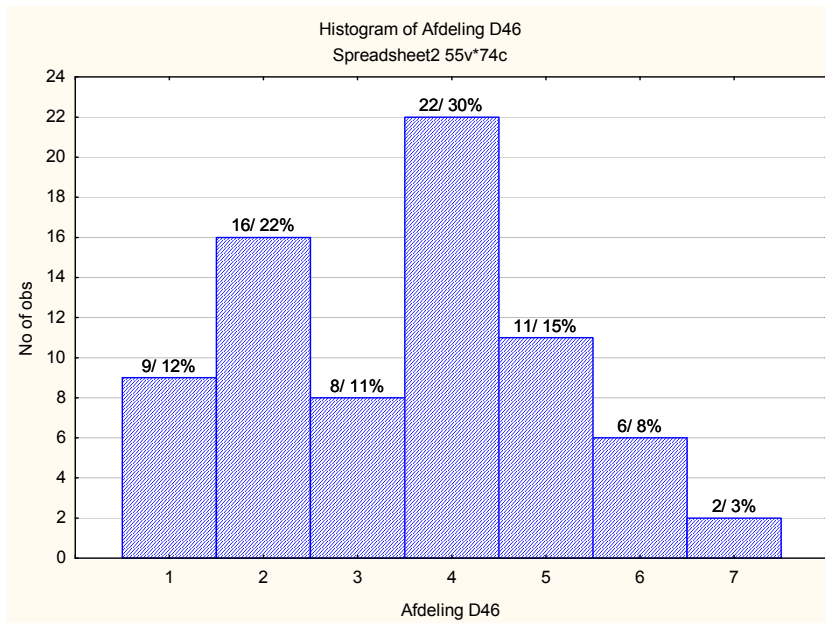
Vraag 45. Ek het goeie ervarings gehad met die administratiewe beamptes aan die US.



Figuur 4.42: Alumni se houdings teenoor die US administratiewe beamptes

Respondente het aangedui dat daar meestal goeie ervarings was met die admin beamptes, terwyl 10% van respondente hieroor verskil het.

Vraag 46. Ek woon graag alumni-skakelingsgeleenthede by.



Figuur 4 43: Alle respondente se gedrag t.o.v. alumni skakelingsgeleenthede

Hier is 'n redelik verspreide resultaat – ongeveer 26% van die respondente het aangedui dat hulle wel die funksies bywoon, terwyl 45% genoem het dat hulle dit nie graag bywoon nie. 30% het neutraal geantwoord. Die verdeeldheid in antwoorde dui aan dat die geleenthede miskien nie so 'n groot aftrek kry as wat gewens word nie.

4.2.6 Afdeling E

In hierdie gedeelte is twee passasies uit briewe A en B aan die respondent gegee, saam met die gemotiveerde keuse vraag. In die vraelys is die twee briewe se passasies gereeld omgeruil om te verseker dat daar geen posisie-verwante bevooroordeeldheid insluip nie. Daar sal elke keer aangedui word watter brief die oorspronklike is, en watter een die herontwerpte een is.

Die motiverings van die respondente is ook verwerk en uiteindelik ingedeel in negatiewe en positiewe kommentaar. Daar moet genoem word dat nie alle respondente motiverings gegee het nie, en dat hierdie gedeelte soms van direkte aanhalings gebruik sal word om die gevoelswaarde van die motivering deur te gee.

Vraag 47

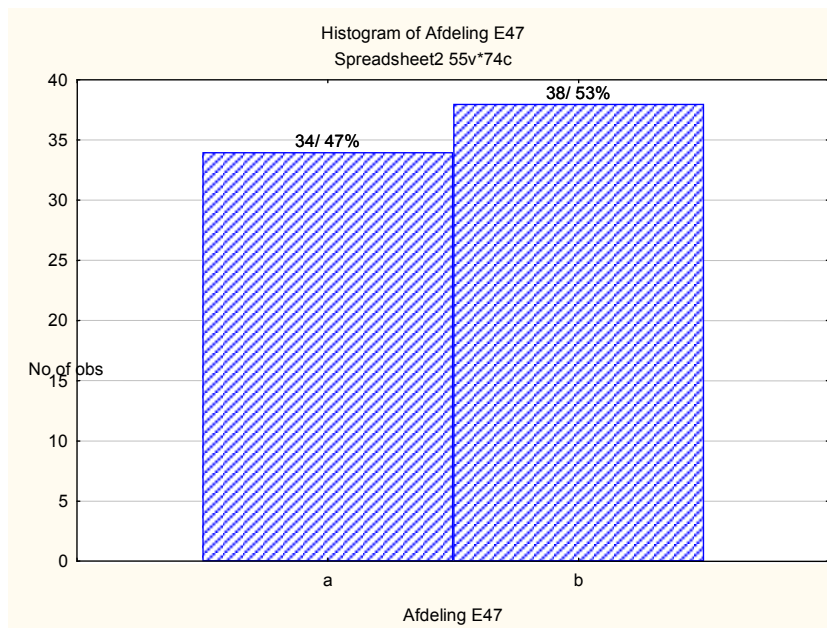
a) Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar ook tog anders te wees – 'n Baken vir Hoop vanuit Afrika.

b) Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar tog ook anders te wees: 'n universiteit waarop ons alumni trots kan wees.

Watter aanhaling straal die US se beeld meer positief uit?
Kan u dit asseblief motiveer?

Oorspronklike – A

Herontwerpte – B



Figuur 4.44: Response op vraag 47

Brief A

▪ Positief

Respondente het gevoel dat die US hier wyer as sy eie grense probeer strek om 'n verskil vir mense op 'n kontinentale en globale vlak te maak. Hulle het gehou van die gemeenskaplike aspek van die frase. Afrika word uitgelig, en dit is dus vir hulle meer omvattend en idealisties. Sommige respondente voel dat dit hierdie strewe ander sal beïndruk, en dat die frase aandag trek.

▪ Negatief

Baie respondente het gevoel dat die frase aanstellerig is, soms selfs te idealisties en 'melodramaties'. Ander het gevoel dat die Afrika-aspek "holrug gery" is, en dat die konflik of moeilikheid in Afrika nie net die US se verantwoordelikheid is nie. Daar was selfs respondente wat gevoel het dat die US sy herposisionering hier in verband bring met 'groot probleme' in Afrika, en dat die frase "Baken vir hoop uit Afrika" sinspeel op al die negatiewe aspekte van die kontinent.

Brief B

▪ Positief

Respondente het gevoel dat die sinsnede meer gemaklik en menslik gestel is, en dat 'mense soos ek' kan aanklank vind. Dit was ook vir sommiges 'n meer

'meetbare' manier waarop die US 'n verskil maak (teenoor 'n vae frase in brief A). Sommige respondente het genoem dat dit eerliker klink, en dat dit die verlede en toekoms insluit.

- **Negatief**

Etlike respondente het genoem dat nie net alumni trots moet wees op die US nie, en dat 'hoop' 'n beter konnotasie het as 'trots'.

Vraag 48

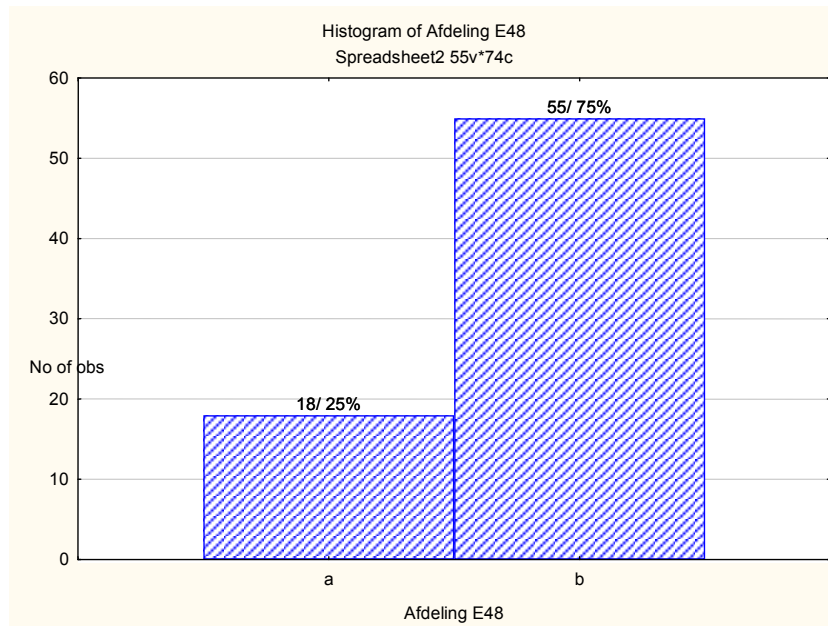
a) Om hierdie posisionering moontlik te maak...

b) Om sodanige posisionering moontlik te maak...

Watter sinsnede vind u meer formeel? Hoekom?

Oorspronklike – B

Herontwerpte – A



Figuur 4.45: Alle response op vraag 48

Brief B

- **Positief**

Baie respondente wat hierdie opsie gekies het by vraag 48, het nie 'n verduideliking gegee nie; etlike respondente het egter genoem dat dit meer 'gepas' en 'professioneel' is.

- **Negatief**

Daar is genoem dat 'sodanige' effens snobisties voorkom, en dat dit ouderwets / formeel is.

Brief A

- **Positief**

Respondente het weereens nie regtig kommentaar gelewer op hierdie vraag nie, behalwe dat sommige dit 'meer spesifiek' of 'reguit' genoem het.

- **Negatief**

Sommige respondente het genoem dat 'hierdie' nie reg klink nie, en dat 'sodanige' beter pas by 'n instansie soos die US. Een het selfs gevoel dat hierdie sinsnede vervelig was.

Vraag 49

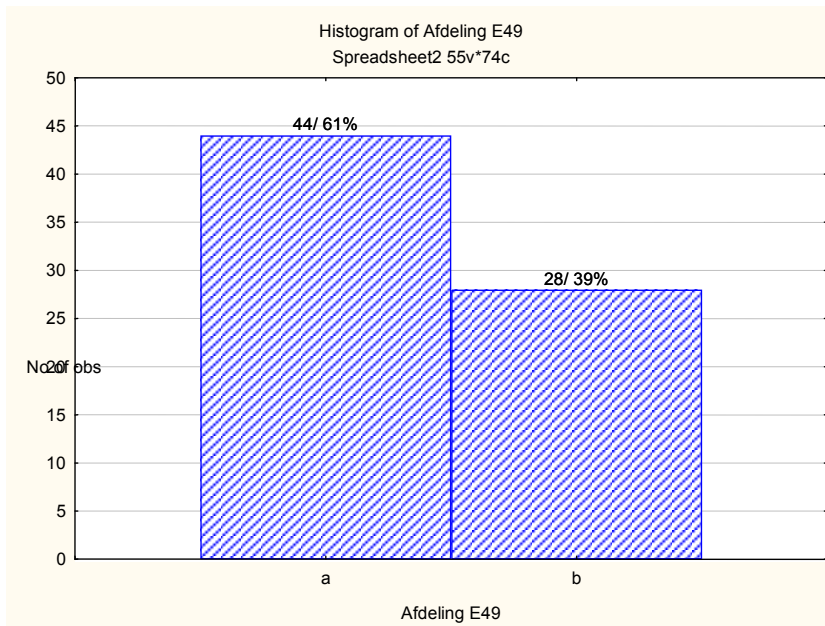
a) Die US se herposisionering beteken dat hy homself moet kan onderskei in 'n komplekse en kompeterende omgewing. Hy moet relevant kan wees in sy sosio-ekonomiese konteks, plaaslik asook globaal. Daar word ook 'n poging aangewend om meer toeganklik te wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

b) Sakeredes vir die herposisionering sluit in dat die US homself in 'n toenemend kompeterende en komplekse omgewing moet onderskei; relevant moet wees in sy sosio-ekonomiese konteks – plaaslik asook globaal en meer toeganklik moet wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

Watter gedeelte lees vir u makliker?
Kan u die keuse motiveer?

Oorspronklike - B

Herontwerpte – A



Figuur 4.46: Alle response op vraag 49

Brief B

▪ Positief

Daar is respondente wat gevoel het dat die sin goed opgebreek is, en dat dit makliker leesbaar is. Dit lees vir hulle vinniger, en hulle verstaan dit makliker. Een respondent het dit selfs 'meer sinvol' genoem.

▪ Negatief

Respondente het die sinsnede 'lomp' genoem, dat dit net een sin is, en dat daar te veel leestekens is, wat die lees daarvan bemoeilik. Sommige respondente het gevoel dat hulle belangstelling verloor juis as gevolg hiervan.

Brief A

▪ Positief

Hulle het genoem dat dit makliker lees, as gevolg van korter sinne.

▪ Negatief

Sommige respondente het nie daarvan gehou dat die US 'n 'hy' genoem word nie, en ander het gesê dat daar te veel onnodige woorde is.

Vraag 50

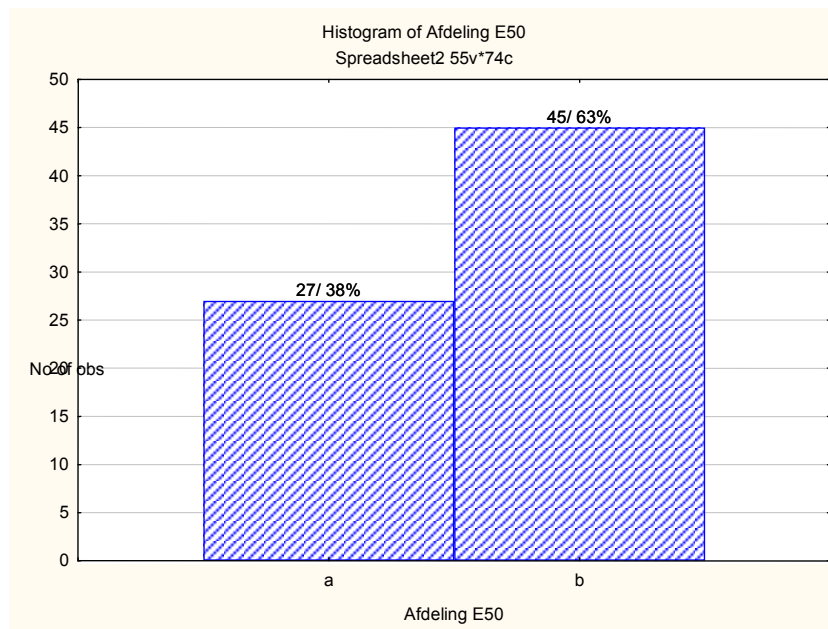
a) Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as katalisator en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat 'n beduidende bykomende bedrag oor 'n tydperk van die US se lojale ondersteuners verkry sal moet word

b) Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as 'n beginpunt en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat die US en sy waardevolle alumni moet saamspan om 'n beduidende bedrag oor 'n tydperk te bekom.

Watter gedeelte verkies u, a) of b)?
Hoekom?

Oorspronklike - A

Herontwerpte - B



Figuur 4.47: Alle response op vraag 50

Brief A

▪ Positief

Respondente het gehou van die feit dat lojale ondersteuners ook ingevoeg is, en dat daar nie net met alumni gepraat word nie. Sommige het ook genoem hulle verstaan dit beter, en dat dit gouer tot die punt kom as brief B.

- **Negatief**

Daar is genoem dat nie almal sal weet wat woorde soos 'katalisator' beteken nie, en dat baie groot woorde hoogdrawend kan wees. 'n Respondent het selfs so ver gegaan as te sê dat dit soos 'n dominee klink wat met sy gemeente praat.

Brief B

- **Positief**

Hulle het gevoel dat die paragraaf kort en kragtig is en dat dit minder vreemde woorde bevat. Baie respondente het reageer op die woorde 'saamspan' en het genoem dat die idee van 'n spanpoging hulle aanstaan. Dit het vir hulle meer persoonlik voorgekom.

- **Negatief**

Respondente het hier aangedui dat die formulering van die frase te veel klem lê op die alumni, sodat hulle 'gedruk' voel om geld te skenk. Baie respondente wat egter brief A se weergawe gekies het, het nie aangedui wat hulle fout vind met brief B se weergawe nie.

Vraag 51

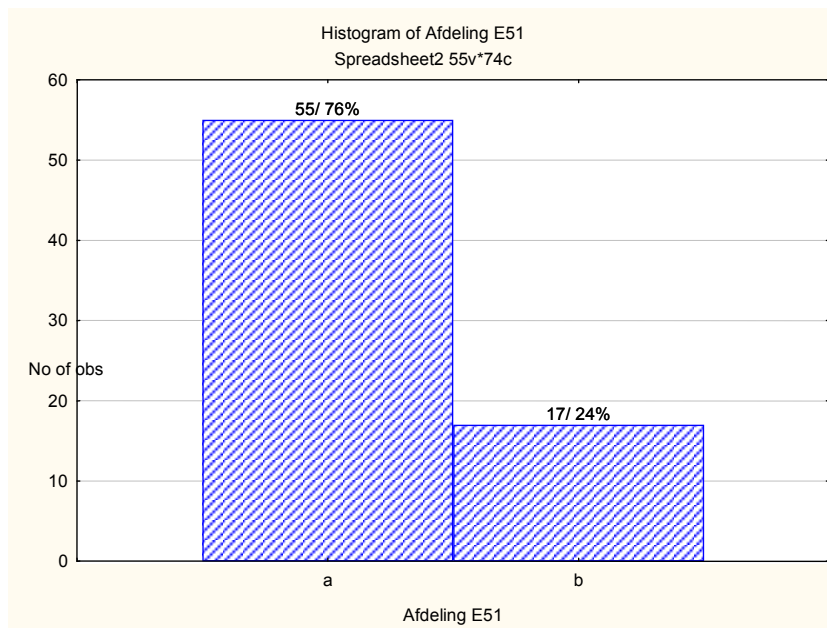
a) Ons versoek dus ons lojale alumni om die universiteit finansieel te ondersteun.

b) Derhalwe word die direkte versoek om groter finansiële steun aan u as 'n lojale en ondersteunende alumnus en/of donateur gemaak

As u 'n skenking sou maak, op basis van watter opsie sou u dit wil doen? Kan u die keuse motiveer, asseblief?

Oorspronklike – B

Herontwerpte – A



Figuur 4.48: Alle response op vraag 51

Brief B

▪ Positief

Hier het respondente gemeen dat die indikasie van 'n breë ondersteuningsbasis voordelig is vir die US, en dat die 'las' dan nie slegs op die alumni val nie. Hulle het ook gehou van die woord 'ondersteunende' in verband met skenkers, wat hulle werklik ondersteun. Hulle het ook gevoel dit is 'n aanbeveling, eerder as 'n bevel.

▪ Negatief

Respondente het oor die algemeen 'n probleem gehad met die woord 'groter'. Sommige het gemeen dat hulle nie weet wat met 'groter' bedoel word nie, terwyl andere beledig gevoel het omdat hulle alreeds geskenk het, en nou om groter ondersteuning gevra word.

Brief A

▪ Positief

Respondente het genoem dat die versoek om skenkings 'minder kras', asook kort en kragtig is. Hulle het nie gedwing gevoel nie, en een respondent het opgemerk dat die leser 'eers geprys word' dan om 'n skenking gevra word. Dit is ook by tye

positief genoem, en 'n 'beter manier van vra'. Menige respondent het ook genoem dat die boodskap vinnig oorgedra word, en dat dit 'meer inklusief' voel.

- **Negatief**

Respondente het somtyds gevoel dat hulle hier gedwing word om skenk, terwyl brief A hulle nie so laat voel het nie.

Vraag 52

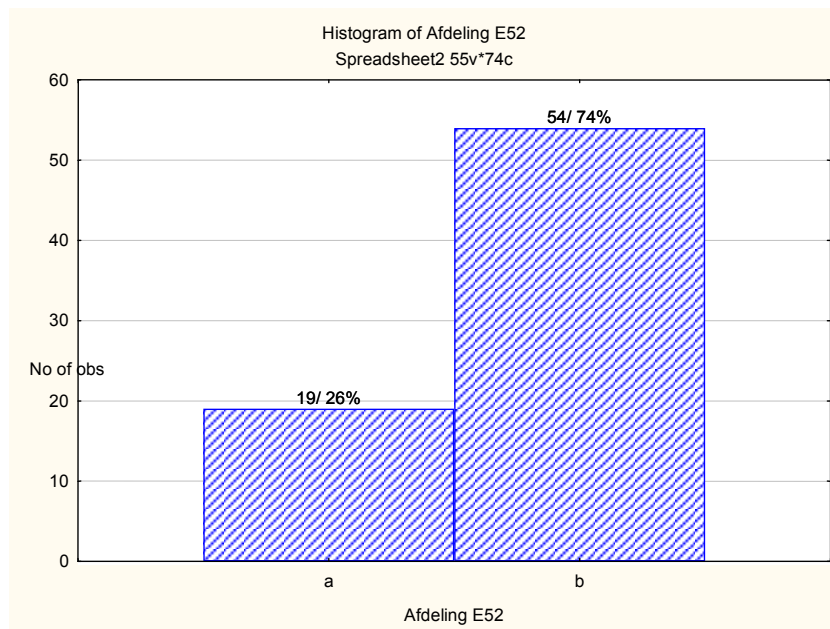
a) Die US vra nie 'n oop beursie nie, maar slegs 'n oop hart.

b) Laat jou skenking jou nalatenskap wees, en kom ons bou so saam 'n voortreflike universiteit.

Watter frase, volgens u, bevorder 'n positiewe beeld van die US?
Hoekom sê u so?

Oorspronklike - A

Herontwerpte - B



Figuur 4.49: Alle response op vraag 52

Brief A

- **Positief**

Respondente het gevoel dat dit reflekteer op 'n instansie wat 'gevoel het', en dat dit nie oor geld gaan nie. Hulle het gevoel dit is meer menslik en 'n paar respondente het genoem dat hulle 'te jonk is om aan 'n nalatenskap' te dink.

- **Negatief**

Daar is genoem dat die sin inspeel op gevoel, en dat dit bedelrig is. Sommige respondente het dit 'gatkruip' genoem, en andere weer dat dit 'corny' is. Ander respondente het aangedui dat 'n donasiebrief *juis* vir 'n oop beursie vra – dit stel 'n direkte kontras met wat in die oorspronklike brief gesê word.

Brief B

- **Positief**

Respondente het in sommige gevalle verwys na die strewe van die US om meer toeganklik te wees vir almal, en dat hulle meer deel van die US voel. Hulle het verder gesê dat dit klink of die geskenkte geld vir ontwikkeling en groei gebruik word, wat hulle sal aanmoedig om te skenk. Dit is vir hulle 'n beskrywing hoe hulle help om die US beter te maak, groot of klein skenkers. 'n Paar het ook genoem dat die paragraaf hulle laat trots voel.

- **Negatief**

Een respondent het gevra "'n Nalatenskap van wat?" , terwyl sommige respondente gemeen het die paragraaf is redelik vaag.

Vraag 53

53.

a) *Vind dus ingesluit 'n skenkingsvorm met al die US se besonderhede van hoe om 'n skenking te maak.*

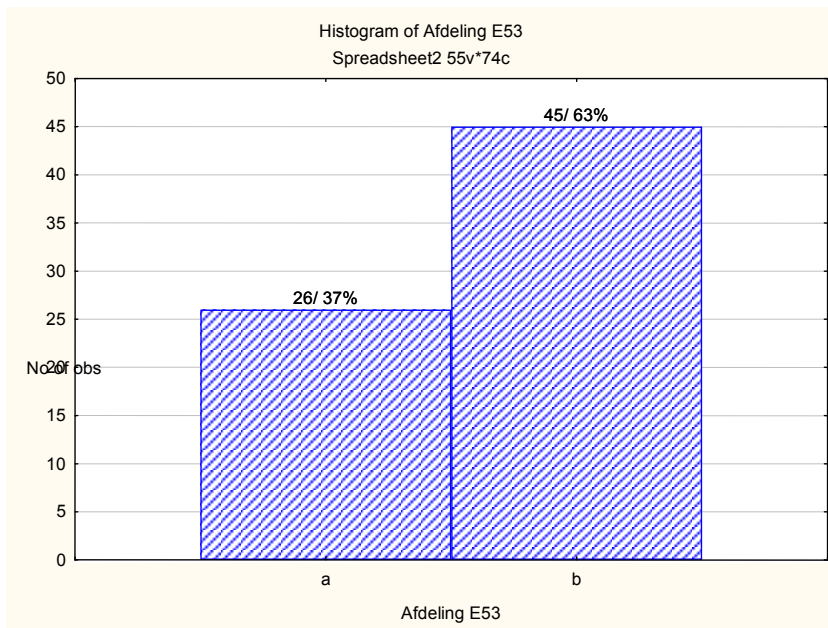
b) *Ons sluit 'n skenkingsvorm in met al die US se besonderhede en 'n verduideliking oor hoe om 'n skenking te maak.*

Ver kies u opsie a) of b)?

Motiveer asseblief u antwoord.

Oorspronklike - A

Herontwerpte - B



Figuur 4.50: Alle response op vraag 53

Brief A

- **Positief**

Respondente het veral gevoel dat die gedeelte makliker lees, en dat dit meer 'wyd' is deurdat geen voornaamwoorde gebruik word nie.

- **Negatief**

Daar is een of twee respondente wat genoem het dat 'oor hoe' nie reg klink nie.

Brief B

- **Positief**

Daar is oor die algemeen genoem dat hierdie gedeelte vriendeliker en meer persoonlik voorkom. Die taal is ook as eenvoudiger beskryf.

- **Negatief**

Dit kan te persoonlik raak en dan voel moontlike donateurs of hulle moet skenk, het sommige respondente gemeen.

Vraag 54

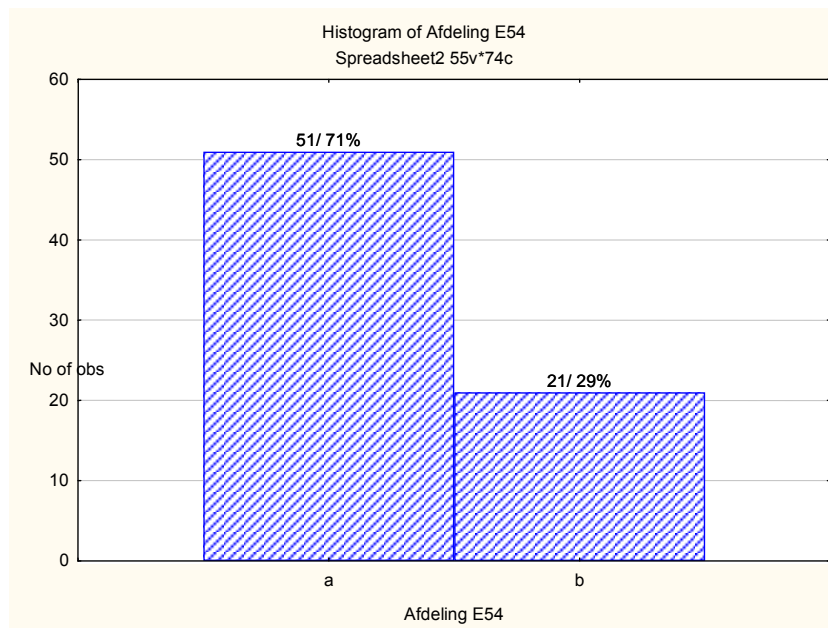
a) *Tog is dit die soort uitdaging wat ons almal kan inspireer.*

b) *Nietemin is dit egter die soort uitdaging wat die meeste mense sal motiveer en inspireer.*

Watter opsie voel u gemakliker mee?
Hoekom?

Oorspronklike - B

Herontwerpte - A



Figuur 4.51: Alle response op vraag 54

Brief B

▪ Positief

Respondente het veral gehou van die woord 'motiveer' in die gedeelte, en het genoem dat dit makliker as brief B se weergawe lees. Een respondent het selfs genoem dat dit 'meer waarde' bevat.

▪ Negatief

Etlike respondente het genoem dat daar soveel woorde is dat die skrywer onseker voorkom, terwyl een selfs gesê het 'ek is nie meeste mense nie'.

Brief A

- **Positief**

Respondente het die gedeelte maklik en kort genoem. Hulle het gevoel dit is 'insluitend' en dat dit minder formeel is.

- **Negatief**

Daar was geen negatiewe kommentaar op hierdie gedeelte nie.

Vraag 55

a) Daar is veral 'n behoefte aan beurse vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

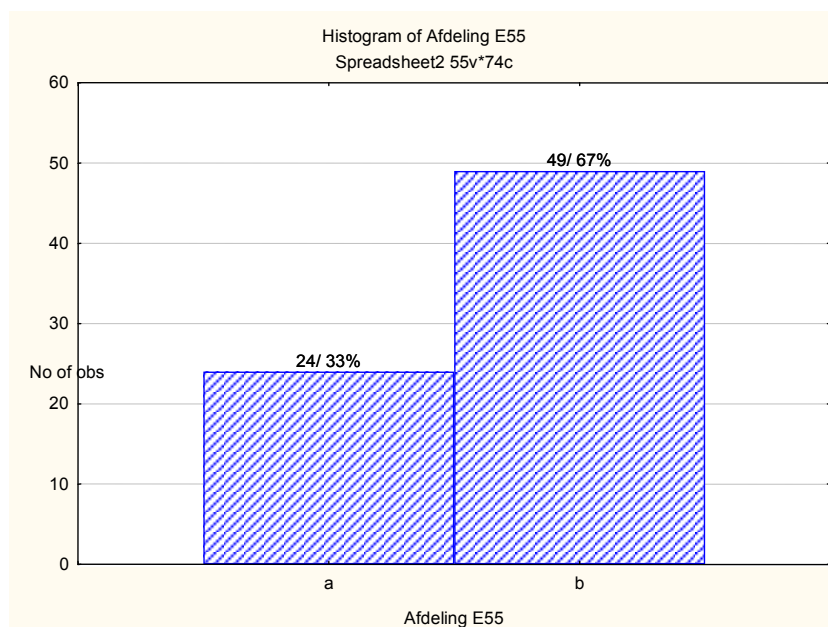
b) Jy kan veral 'n verskil maak in die lewe van behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

Verkies u opsie a of b?

Motiveer asseblief u antwoord.

Oorspronklike - A

Herontwerpte - B



Figuur 4.52: Alle response op vraag 55

Brief A

- **Positief**

Sommige respondente het gevoel dat hulle van hierdie gedeelte hou omdat dit nie 'gevoelspelerig' is nie, en dat dit eerliker voorkom. Etlikes het genoem dat dit as 'n voorstel voorkom en dus dat hulle gemakliker daarmee is. Een respondent het gemerk dat die koppeling aan 'beurse' vir hom/haar positiewe konnotasies beteken het.

- **Negatief**

Daar is geen negatiewe kommentaar gelewer oor hierdie gedeelte nie.

Brief B

- **Positief**

'n Groot hoeveelheid respondente het gesê dat hulle daarvan hou om te weet dat hulle 'n verskil maak in ander se lewens, en dat dit hulle 'n 'goeie gevoel' gee. Hulle het ook kommentaar gelewer op die direktheid van die stelling, dit het hulle laat voel dat daar direk met hulle gepraat word, en nie in die lug nie. Die verbetering van minder bevoorregte mense se lewens het positiewe reaksies by respondente ontlok – hulle het genoem dat die skenker hier erkenning kry, wat beteken hulle word mag gegee. Verder is daar gemerk dat die klem nie op geld val nie, maar op mense.

- **Negatief**

Die meerderheid respondente wat brief A gekies het, het gesê dat brief B se gedeelte te veel sinspeel op skuldgevoelens en dat die US dit gebruik om meer geld te kry.

4.3 Individuele Vraelysresultate

In hierdie gedeelte word die vraelysresultate uiteengesit soos dit verband hou met die veranderlikes. Daar sal 'n gevolgtrekking gemaak kan word oor elke responsgroep se keuses, asook hulle motiverings vir die keuses. In die besprekingshoofstuk sal enige tendense wat uit die resultate gekom het, bespreek word. Elke afdeling sal afsonderlik behandel word, met behulp van grafiese voorstellings. Die statistiese verwerking van die data is deur prof. Kidd gedoen, met behulp van die program Statistica 7.1. Voordat die afdelings egter

behandel word, sal daar gekyk word of die meetinstrument, d.w.s. die vraelys, betroubaar was.

Afdeling A en B se resultate word beide as 'n geheel bereken (i.p.v. elke individuele vraag) omdat dit tematies kohesief is. Afdeling A handel oor die beeld van die US, soos gesien deur die alumni, terwyl Afdeling B poog om alumni se houding teenoor die US se kommunikasie vas te stel. Onder elkeen van hierdie twee afdelings word die gemiddeld, asook die p-waarde gegee om aan te dui of daar 'n statisties beduidende resultaat verkry is.

Afdeling C maak gebruik van histogramme om response aan te dui.

Afdeling D maak gebruik van ANOVA-toetse om die p-waarde van data te toets – op basis hiervan word die nulhipotese dan aanvaar of verwerp. Die nulhipotese is dat ouderdom en ras mekaar beïnvloed. Wanneer die p-waarde dan onder 0.05 val, word die nulhipotese verwerp. Dit beteken dat ras en ouderdom heeltemal individueel van mekaar staan en geen invloed op mekaar het nie.

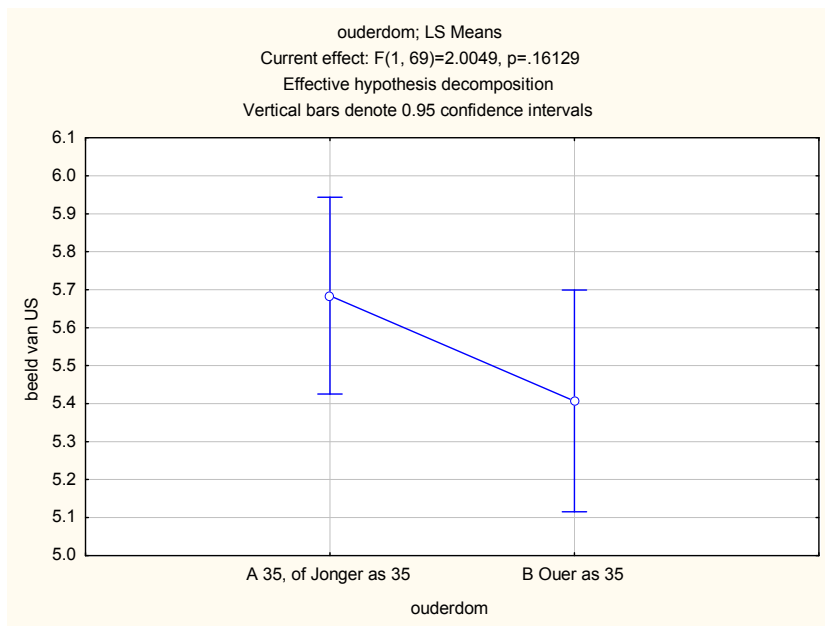
Afdeling E se resultate word, soos die ander afdelings, aangedui deur histogramme, maar omdat die kommentaar reeds in die vorige onderafdeling bespreek is, sal dit nie weer hier genoem word nie.

4.3.1 Betroubaarheid van die meetinstrument

Daar is betroubaarheidstoetse gedoen vir Afdeling A en B, omdat hulle gesamentlik uitgewerk word – die Cronbach alpha vir Afdeling A is 0.89, en vir Afdeling B is dit 0.86., wat albei aandui dat respondente die vrae op 'n konsistente wyse beantwoord het, d.w.s. dat daar 'n sterk verband is tussen hulle antwoorde op vrae in daardie afdeling.

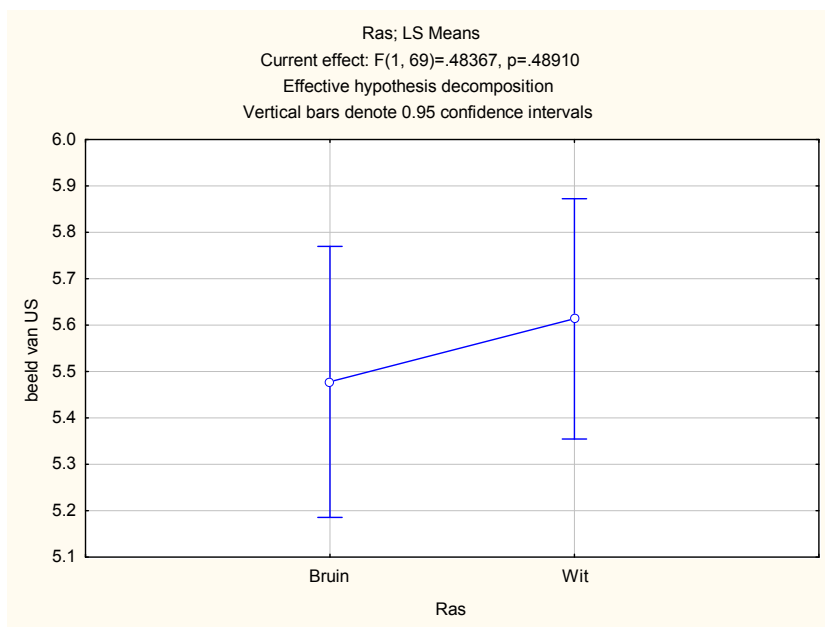
4.3.2 Afdeling A

In hierdie afdeling word die twee rasgroepe (wit en bruin) asook die twee ouderdomsgroepe (ouer as 35, en jonger as 35) se response op Afdeling A as 'n geheel gegee. Die gedeelte handel oor die beeld van die US, soos gesien deur die alumni (respondente). Die histogramme verteenwoordig wat die respondente oor die algemeen geantwoord het op vrae oor die US se beeld. 'n Hoër telling is positief, terwyl 'n laer telling negatief geïnterpreteer word.



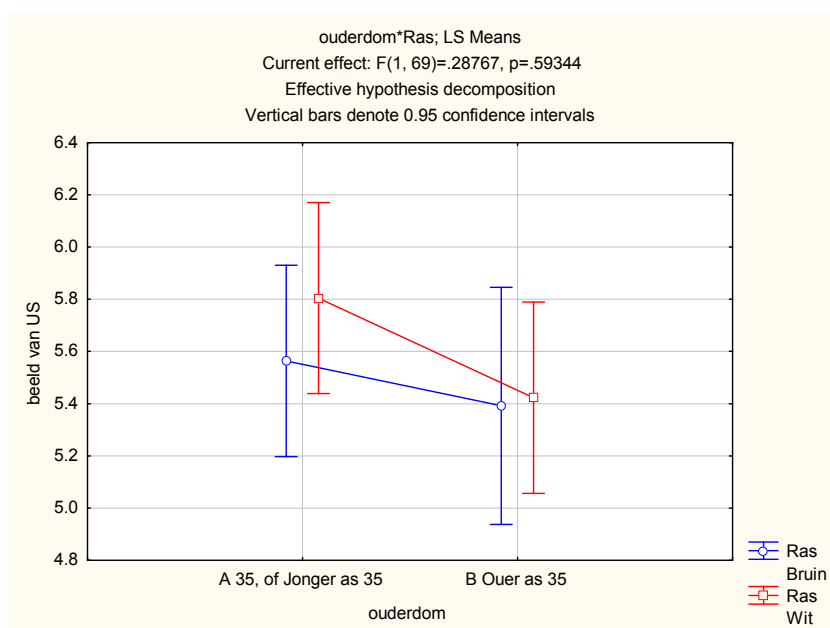
Figuur 4.53: Ouderdomsgroepe se houding oor die beeld van die US

Jonger respondente het 'n baie positiewer beeld van die US, met 'n gemiddelde telling van 5.68, terwyl ouer mense se gemiddeld ongeveer 5.40 is. Die p-waarde is hoër as 0.05, maar is nog steeds nie baie hoog nie, so die nulhipotese word nie verwerp nie. Die twee groepe se tellings oorskry tot 'n redelike mate, wat beteken dat daar tog 'n verskil, alhoewel nie 'n statisties beduidende een, tussen die twee groepe se response is.



Figuur 4.54: Rassegroepe se houding oor die beeld van die US

Daar is glad nie 'n statisties beduidende verskil tussen die twee rasgroepe se response nie – bruin respondente se gemiddeld is 5.57, terwyl wit respondente 5.61 behaal het. Al twee groepe het dus ongeveer dieselfde graad van positiwiteit oor die US se beeld. Die p-waarde is 0.48910, wat beteken dat die verskil in houding nie statisties beduidend is nie.

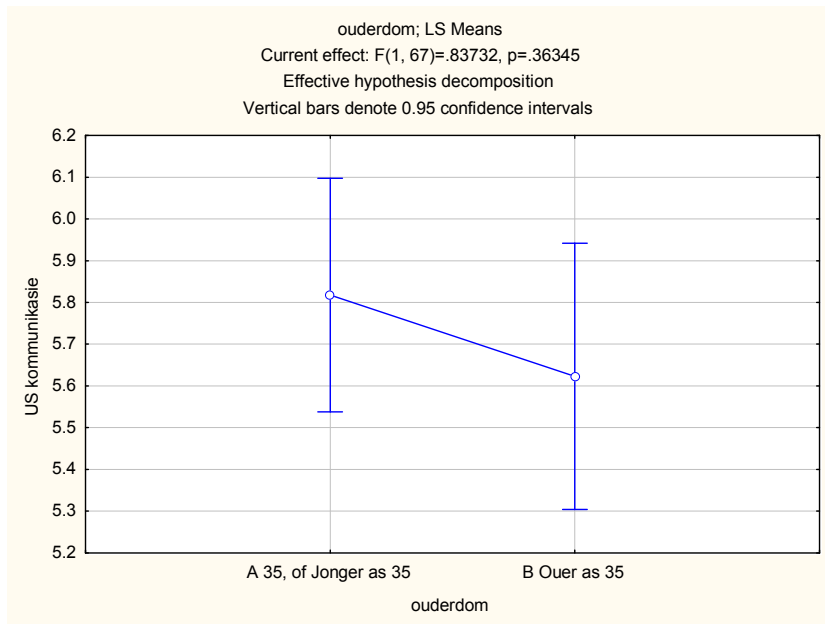


Figuur 4.55. Al vier groepe in vergelyking met mekaar

In hierdie voorstelling kan gesien word dat die groep met die hoogste telling die wit respondente jonger as 35 jaar was, met die laagste telling wat deur die bruin, ouer as 35 groep behaal is. Die p-waarde is 0.5934 en dui weereens nie op 'n sterk statistiese beduidendheid nie; dit beteken dat daar nie 'n verband is tussen die twee veranderlikes nie.

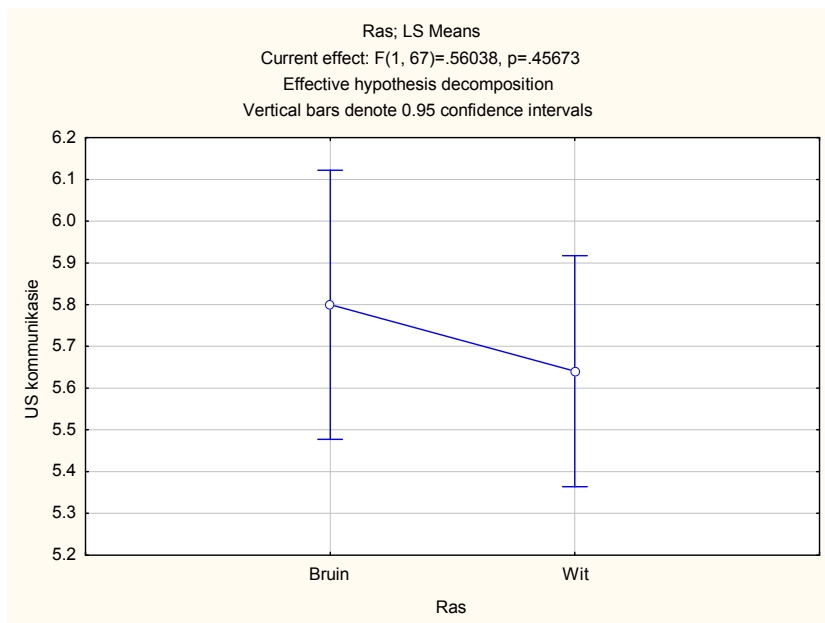
4.3.3 Afdeling B

Hierdie afdeling handel oor die persepsies wat die respondente het oor die algemene kommunikasie van die US. Weereens verteenwoordig hierdie data die respondente se antwoorde op die afdeling as 'n geheel, omdat al die vrae onder die afdeling handel oor die effektiwiteit, toeganklikheid en mensvriendelikheid van die tekste. 'n Hoër telling is weereens positief, terwyl 'n laer telling negatief is.



Figuur 4.56: Ouderdomsgroepe se houding oor die kommunikasie van die US

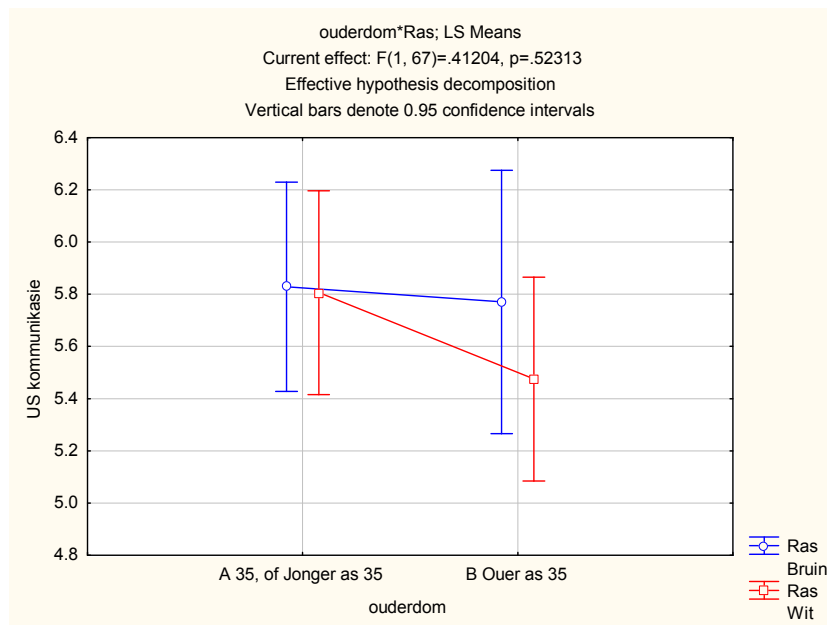
Die p-waarde van hierdie statistiek is 0.36, en die verskil tussen die jonger en ouer groep is dus steeds nie statisties beduidend nie. Die 35 of jonger as 35 groep, het 'n 5.81 gemiddeld, terwyl die ouer as 35 groep 5.62 gemiddeld het.



Figuur 4.57: Rassegroepe se houding teenoor die kommunikasie van die US

Die p-waarde van die grafiek is 0.45, wat onbeduidend is. Bruin mense het 'n gemiddelde telling van 5.80, terwyl wit mense 'n telling van 5.64 het - daar is dus

baie min verskil in die manier waarop die twee rasgroepe die kommunikasie van die US sien.



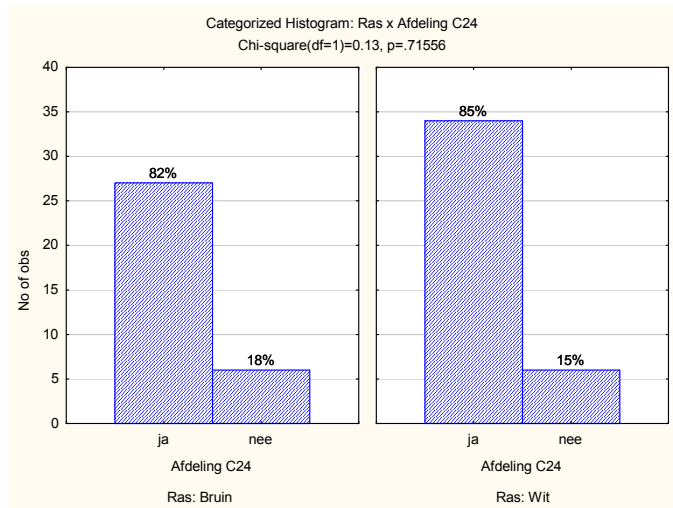
Figuur 4.58: Alle groepe se houdings teenoor die kommunikasie van die US

In hierdie grafiek word die vier veranderlike groepe teen mekaar gestel om enige verskille uit te lig. In terme van totale resultate vir afdeling B, het die bruin mense jonger as 35 die beste gemiddelde resultaat gehad met 5.82, met wit mense jonger as 35 in die tweede plek – 5.81. Ouer persone in al twee ouderdomsgroepe het 'n meer negatiewe houding teenoor die US se kommunikasie. Die verskil is egter baie klein; bruin mense ouer as 35 het 'n gemiddeld van 5.77, terwyl wit mense ouer as 35 weer 5.47 het. Die p-waarde is 0.523, en dus nie statisties beduidend nie. Die nulhipotese dat die twee stelle veranderinge geen interaksie met mekaar het nie, word aanvaar.

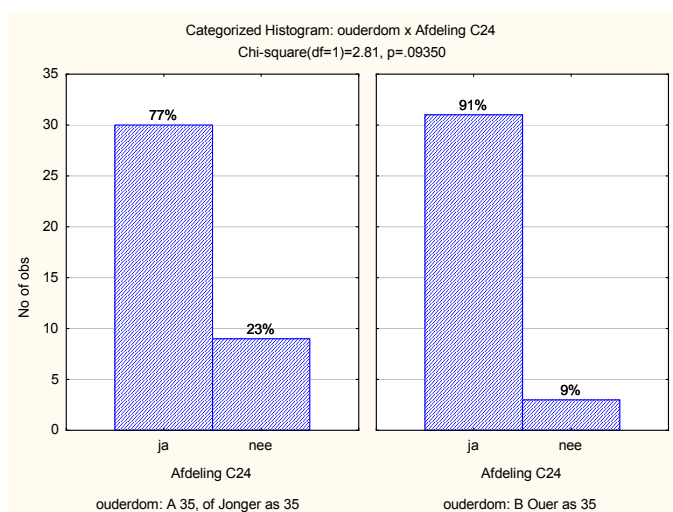
4.3.4 Afdeling C

In hierdie afdeling word daar twee stelle figure vir elke vraag gegee, verdeel in ouderdom en ras – die bespreking wat daarna volg, handel oor al vier figure.

Vraag 24. Ek het al 'n donasievorm/brief van die US ontvang.



Figuur 4.59: Respondente van albei rasse oor hulle ontvangs van 'n US-donasiebrief

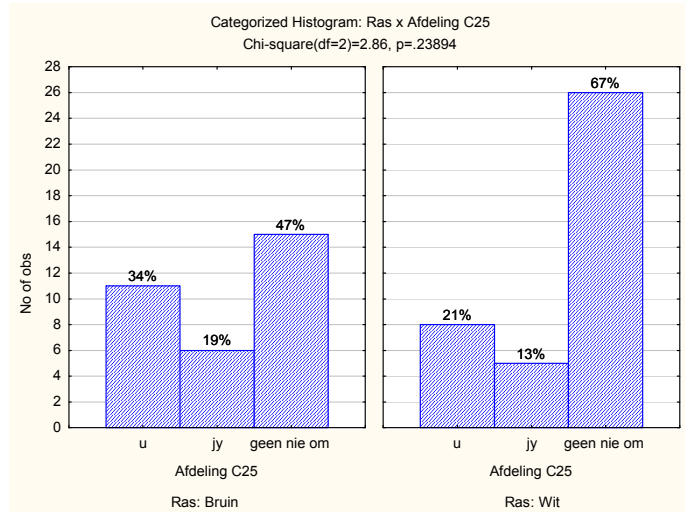


Figuur 4.60: Respondente van albei ouderdomme oor hulle ontvangs van 'n US-donasiebrief

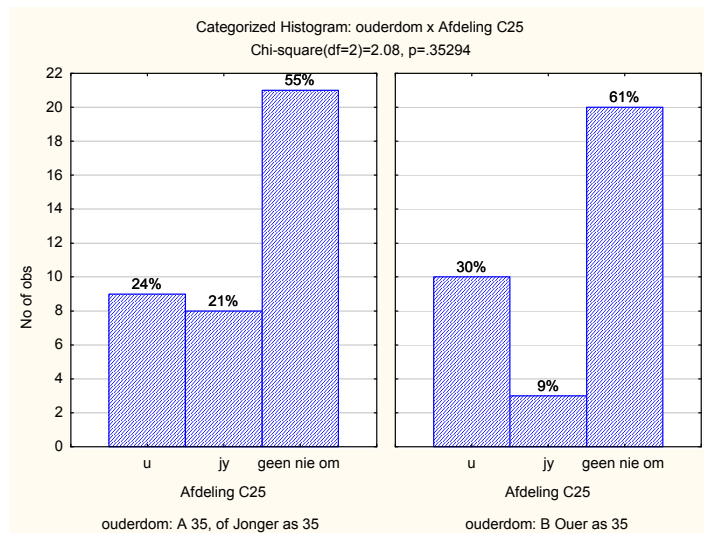
Statistiek toon dat die meeste respondente die US se donasiebriewe ontvang het, terwyl die grootste persentasie van nie-ontvangers in die jonger as 35, bruin groep is. Die p-waarde ($p=0.09$) dui aan dat daar geen statisties beduidende verskil tussen die twee ouderdomsgroepe is nie. Die resultate dui ook aan dat die meerderheid van respondente al 'n donasiebrief ontvang het – die feit dat daar hoegenaamd respondente is wat dit nie ontvang het nie, behoort 'n rede tot kommer te wees vir die US. Die p-waarde van 0.71 dui daarop dat daar nie 'n

beduidende verskil is tussen die twee rasgroepe is nie. 18% van bruin mense, en 15% van wit mense het dus nie die US se kommunikasie ontvang nie, en wanneer hierdie verbondenheid tussen die US en sy alumni afgesny word, kan dit dalk negatief impakkeer op die US se beeld.

Vraag 25. Ek wil aangespreek word as:



Figuur 4.61: Respondente van albei rasgroepe se houdings oor aanspreekvorms

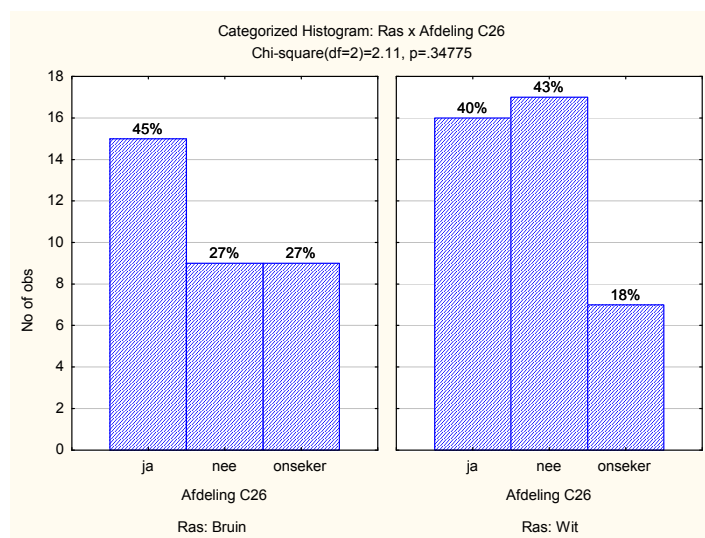


Figuur 4.62: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houdings oor aanspreekvorms

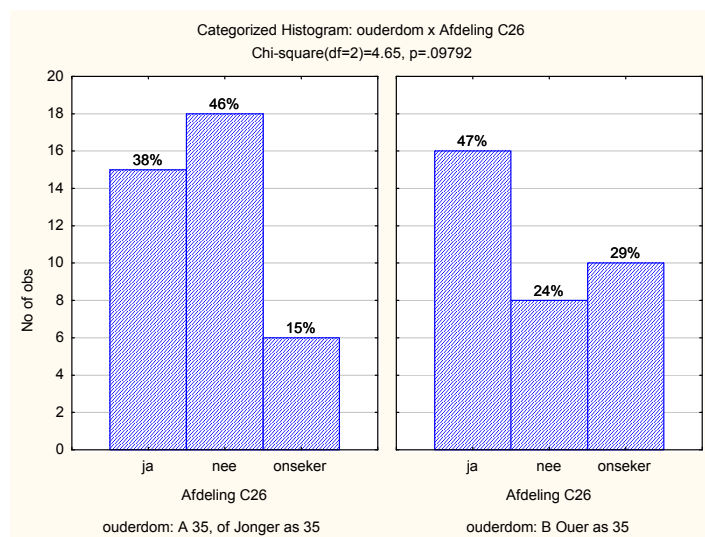
Uit die grafieke is dit duidelik dat verskillende groepe 'n voorkeur toon vir verskillende aanspreekvorme. Die p-waarde tussen die twee rasgroepe is 0.23, terwyl die p-waarde van die twee ouderdomsgroepe 0.34 is – altwee hierdie waardes dui daarop dat daar geen statistiese beduidende verskil is tussen die

veranderlikes nie. Terwyl al die groepe oorwegend die "gee nie om"-opsie gekies het, is daar 'n verskil op die manier waarop bruin mense geantwoord het: Daar is 'n baie kleiner verskil tussen "gee nie om", die "u"-aanspreekvorm en die "jy"-aanspreekvorm. Hulle het ook die sterkste voorkeur vir die "u"-aanspreekvorm gewys uit al vier groepe – dit kan aandui dat hulle 'n formeler brief verkies, terwyl die jonger groep die sterkste voorkeur gehad het vir die "jy"-aanspreekvorm. Uit hierdie resultate kan geargumenteer word dat verskillende groepe mense uiteenlopende verwagtinge van die US se donasiebrief het. Dit moet in gedagte gehou word wanneer die brief opgestel word.

Vraag 26. Ek hou van die styl waarin brief A geskryf is.



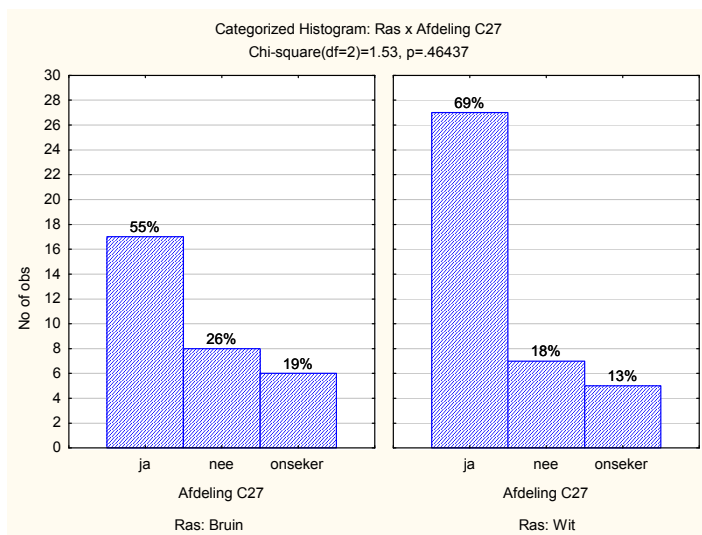
Figuur 4.63: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief A



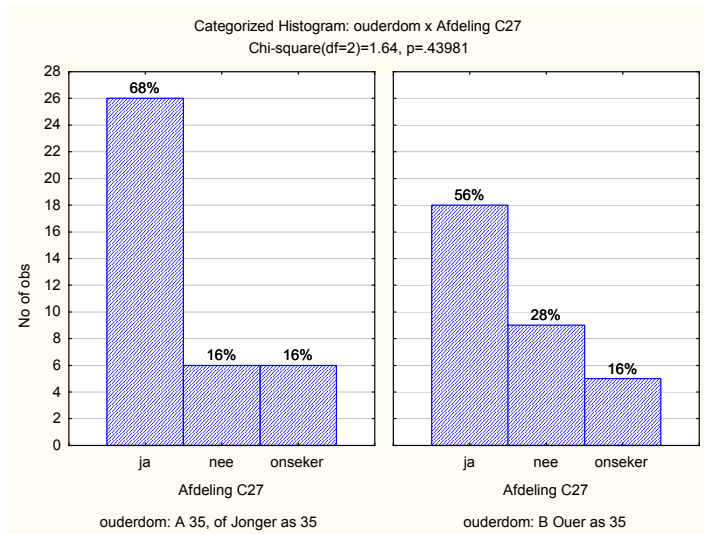
Figuur 4.64: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor brief A

Statistiek toon dat die ouer groep 'n groter voorkeur vir die oorspronklike weergawe gehad het, terwyl die groep wat die minste van die brief gehou het, die jonger groep was. Die p-waarde van die rasgroepe is 0.34, en by ouderdomsgroepe 0.09 – altwee hierdie waardes dui op 'n statisties onbeduidende verskil tussen die groepe. Die resultate kan dalk dui op die tendens dat ouer mense die US as 'n meer formele en burokratiese instansie sien, of dat briewe van instansies meer formeel moet wees. Jonger persone kan weer voel dat die brief, en by uitbreiding die US, meer informeel behoort te wees. Die groter verskil in keuses by ouer persone kan 'n aanwyser dat hulle duideliker is oor wat hulle verwag in briewe. Hieroor sal meer navorsing gedoen moet word ten einde so 'n gevolgtrekking tot bevestig of te weerlê.

Vraag 27. Ek hou van die styl waarin brief B geskryf is.



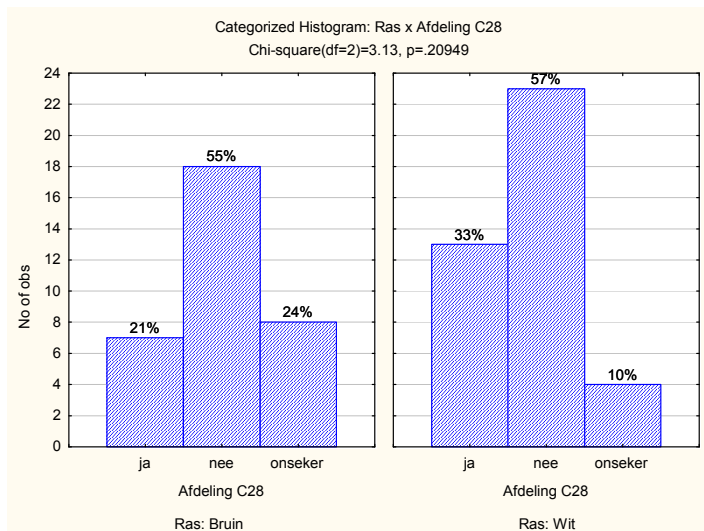
Figuur 4.65: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B



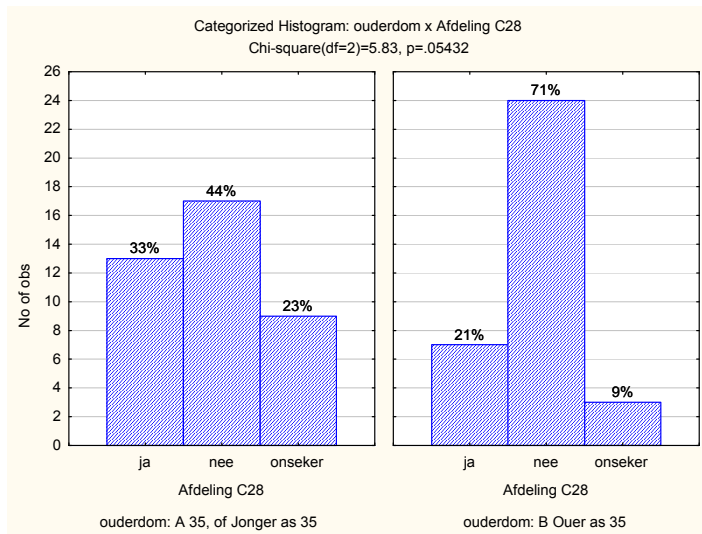
Figuur 4.66: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor brief B

In hierdie grafieke is die p-waardes 0.43 en 0.46 onderskeidelik - dit dui aan dat daar nie statistiese beduidendheid tussen die veranderlikes is nie. Die groep wat die beste reageer het teenoor brief B, is die wit, jonger groep. Die groep wat die negatiefste hierop geantwoord het, is die ouer bruin groep.

Vraag 28. Brief A bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.



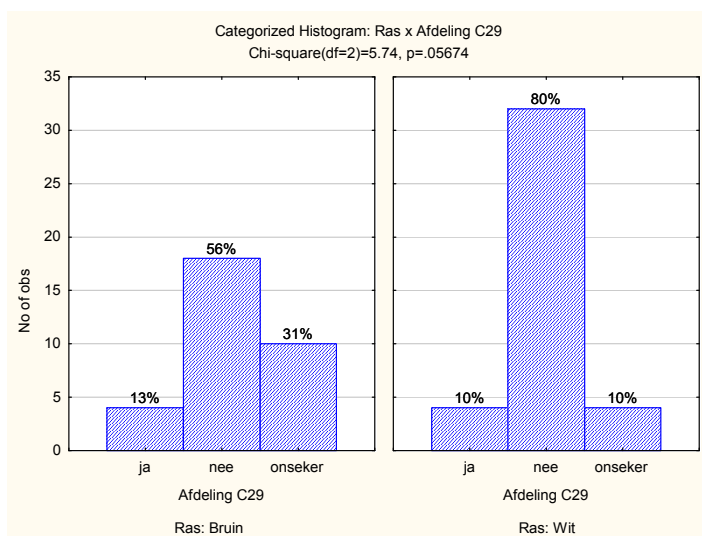
Figuur 4.67: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief A se styl



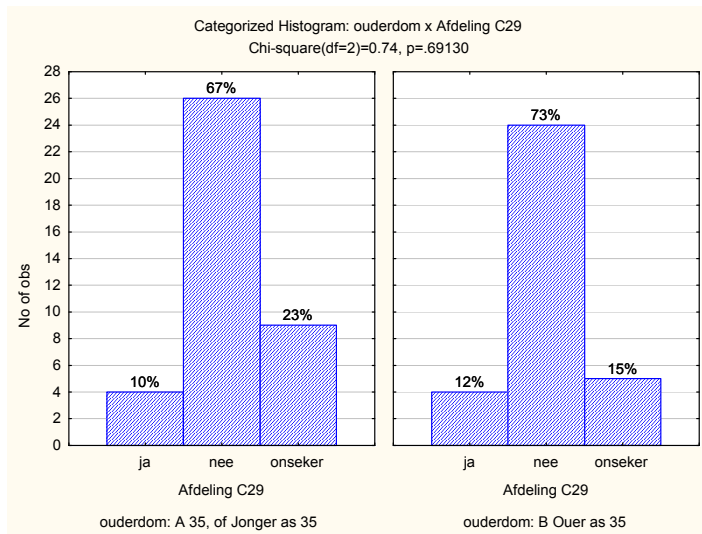
Figuur 4.68: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief A se styl

Die p-waardes van die twee groepeerings is 0.05 en 0.20 – eersgenoemde is so laag dat die nulhipotese verwerp kan word, terwyl laasgenoemde net bo die afsnylyn val. Die twee rassegroepe het ongeveer dieselfde houding teenoor taalgebruik in brief A. Die prevalensie van “onseker”-antwoorde by elke groep kan aandui dat mense nie altyd noukeurig oplet na taalgebruik in briewe nie.

Vraag 29. Brief B bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.



Figuur 69: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B se styl

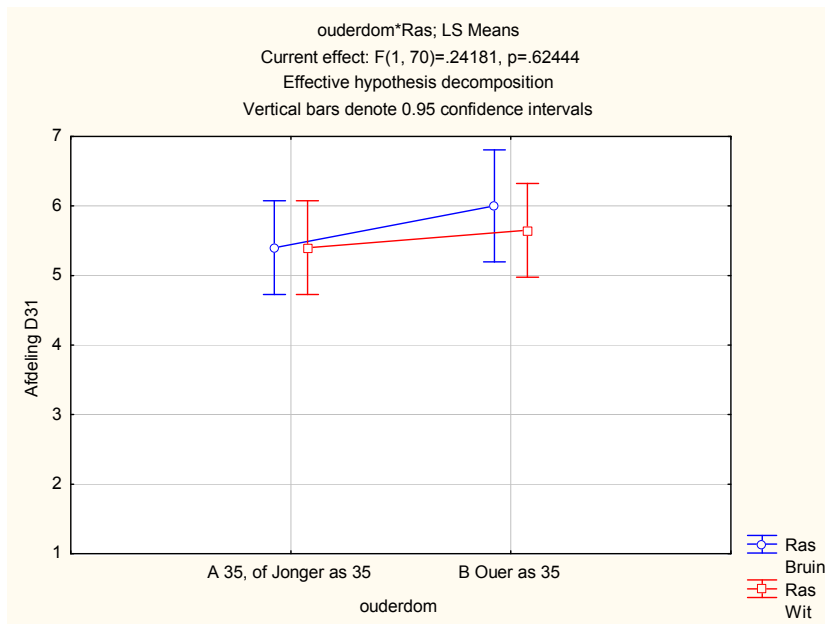


Figuur 4.70: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor brief B se styl

Hierdie gedeelte dui aan dat die groep wat die beste voel oor brief B se taalgebruik, die wit groep is – die jonger groep en ouer groep het nie 'n groot verskil tussen hulle voorkeur nie. Die p-waarde van die rassegroepe is 0.05, net bo die afsnypunt waar die nulhipotese verwerp word. Hierdie resultaat is marginaal en dus die moeite werd om tog versigtiger te oorweeg in moontlike opvolgondersoeke. $P=0.69$ by die twee ouderdomsgroepe wys ook dat daar geen statistiese beduidendheid tussen die twee veranderlikes is nie.

4. 3.5. Afdeling D

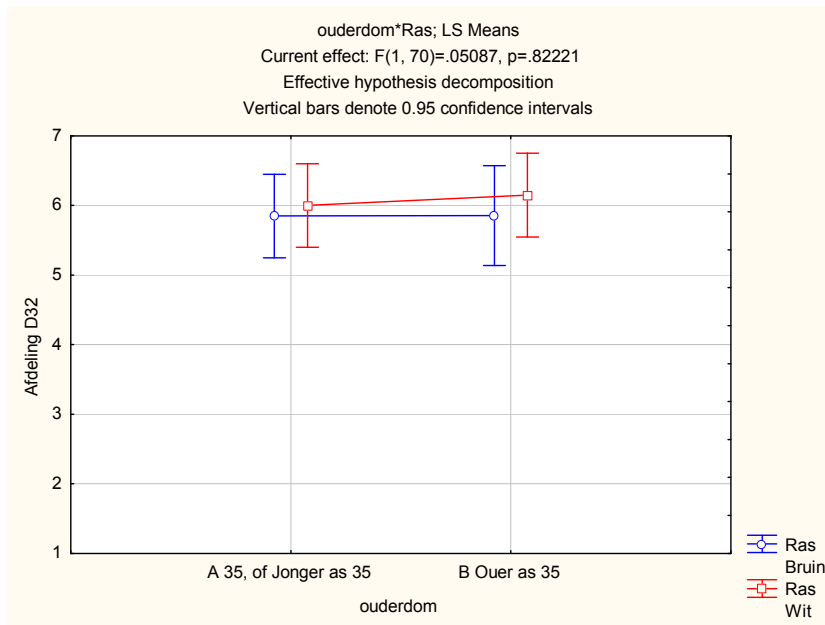
Vraag 31. Ek voel nog sterk verbonde aan die US.



Figuur 4.71: Respondente van al vier groepe se verbondenheid aan die US

Die gemiddelde tellings vir albei rasgroepe (wat in die jonger kategorie val) was laer as die gemiddelde telling vir die rasgroepe ouer as 35. Die gemiddeld vir die eersgenoemde twee is albei 5.4, terwyl bruin mense ouer as 35 'n gemiddeld van 6 behaal het, en wit mense ouer as 35, 5.65 behaal het. Die p-waarde is 0.62, wat geen werklike statistiese beduidendheid aandui nie. Die tendens regverdig dalk wel verdere ondersoek: Dit kan dalk aandui dat hoe langer mense weg is van die US, hoe sterker word hulle gevoel van verbondenheid. Dit kan wees dat hulle nostalgie begin ervaar na 'n paar jaar wat hulle nie meer die US bywoon nie, maar daar is geen manier om dit te bepaal op basis van die huidige data nie.

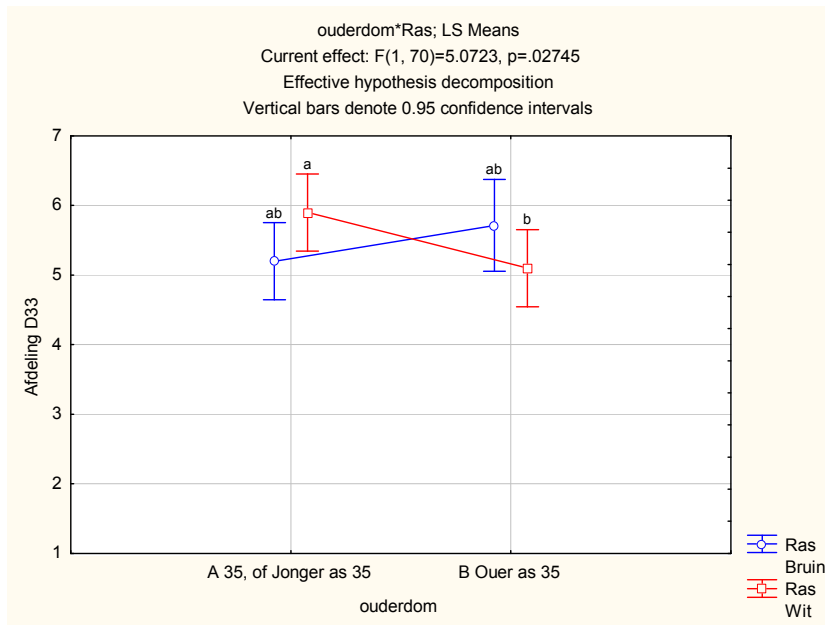
Vraag 32. Ek voel lojaal teenoor die US.



Figuur 4.72: Respondente van al vier groepe se lojaliteit aan die US

Dit blyk of daar nie veel verskil is tussen die vier groepe se lojaliteit nie – die gemiddelde vir bruin persone jonger as 35 is 5.85, vir wit persone in dieselfde ouderdomsgroep is dit 6.00. Vir bruin en wit mense ouer as 35 is die gemiddeldes 5.85 en 6.12 onderskeidelik. Die p-waarde van 0.822 dui aan dat daar nie 'n statisties beduidende verskil tussen die twee veranderlikes is nie. Dit is in die US se guns dat alle ouderdomsgroepe dieselfde graad van lojaliteit voel teenoor die instansie; dit beteken dat die geskiedenis van die US miskien nie so 'n groot effek op persone het as wat vermoed is nie.

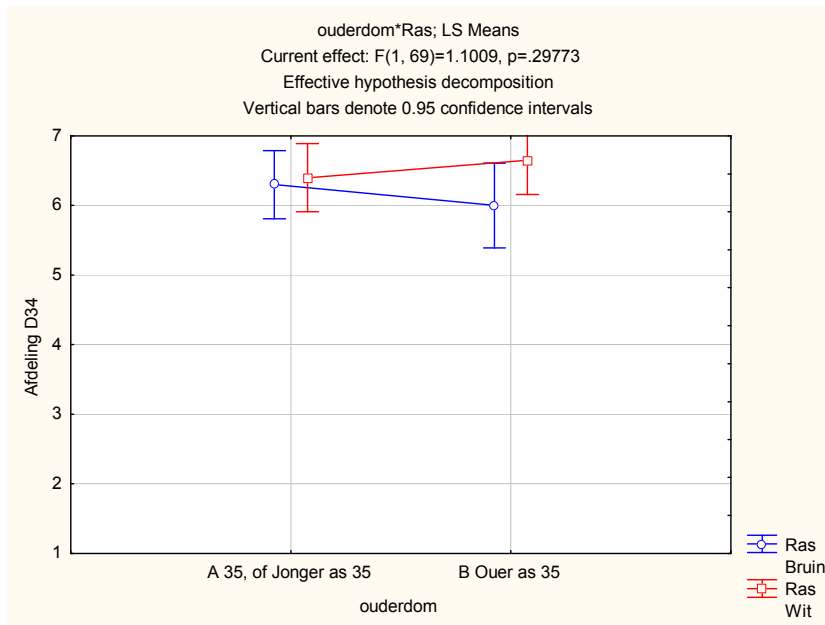
Vraag 33. My waardes stem ooreen met die US se waardes.



Figuur 4.73: Respondente van vier groepe se houding oor hulle en die US se ooreenstemming van waardes

Die response tot hierdie vraag het 'n p-waarde van 0.02, en die nulhipotese dat die twee groepe veranderlikes onafhanklik van mekaar funksioneer, word verwerp. Daar kan gesien word dat daar wel 'n verband is tussen die gemiddelde telling van die bruin, jonger groep (5.2) en die bruin ouer groep is (5.7). Daar is interaksie tussen die twee groepe, wat beteken dat ouderdom en ras mekaar beïnvloed. Dieselfde interaksie kan nie gesien word tussen die twee wit groepe nie, waarvan die gemiddelde telling vir die jonger wit groep 5.09 is, terwyl die ouer wit groep 5.10 is. Die hoë gemiddeldes van alle groepe is 'n positiewe resultaat vir die US – dit sou kommunikasie aansienlik bemoeilik het as die waardes van al vier groepe verskil het van die US s'n.

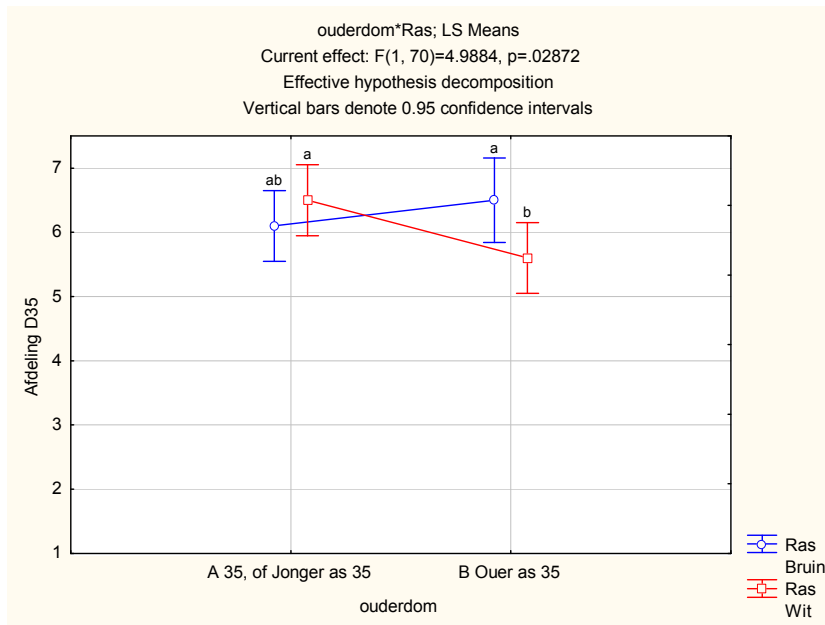
Vraag 34. Ek was in die verlede trots om 'n Matie te wees.



Figuur 4.74: Respondente van al vier groepe se houdings teenoor hulle Matie-status in die verlede

Hierdie figuur dui dat, met 'n p-waarde van 0.29, dat daar geen interaksie tussen ras en ouderdom is nie. Tussen die twee bruin groepe is daar 'n klein verskil, met die gemiddeldes wat 6.3 en 6.00 vir jonger en ouer groepe onderskeidelik is. Die wit persone jonger as 35 het 'n gemiddelde telling van 6.4, terwyl die ouer persone 'n gemiddeld van 6.65 het – daar is dus nie 'n statisties beduidende verskil tussen enige van die groepe nie. Die hoë tellings is 'n teken dat alle respondente in die verlede trots was om Maties te wees, met die laagste telling by bruin mense ouer as 35 – hierdie resultate kan met vraag 35 gepaar word om te kyk watter groep die grootste houdingverandering teenoor die US gehad het.

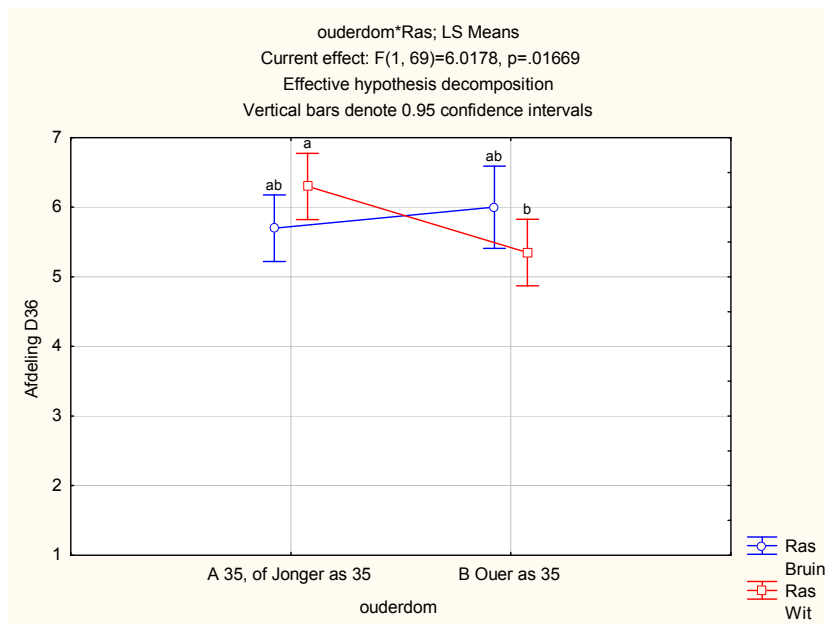
Vraag 35. Ek is vandag nog trots om 'n Matie te wees.



Figuur 4.75: Respondente van al vier groepe se houdings teenoor hulle Matie-status in die hede

In hierdie vraag was die response uiteenlopend, en omdat die p-waarde 0.029 is, word die nulhipotese verwerp. Daar is wel 'n verband tussen die resultate van die bruin persone in altwee ouderdomsgroepe. Die gemiddeldes vir die twee groepe is 6.1 en 6.5 vir jonger en ouer onderskeidelik. Dieselfde interaksie is nie aanwesig tussen die wit persone in albei ouderdomsgroepe nie – die gemiddeld vir ouer persone in die rasgroep is 5.6, terwyl die jonger groep se gemiddeld 6.5 is. Die response op hierdie vraag verskil ietwat van die vorige vraag in die sin dat bruin persone onder 35, asook wit persone in albei ouderdomsgroepe, in die verlede 'n beter houding gehad het jeens hulle Matie-status. Slegs bruin persone ouer as 35 is vandag meer trots om 'n Matie te wees.

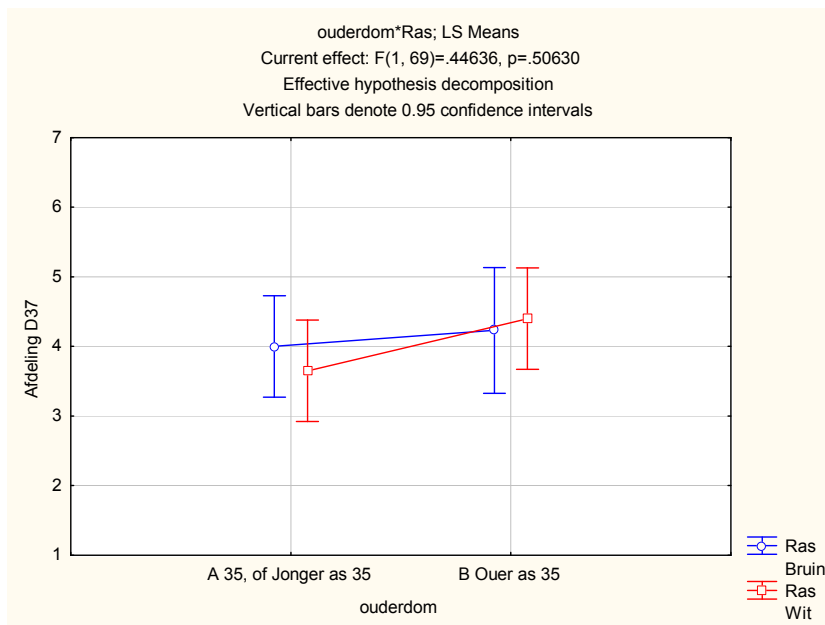
Vraag 36. My vriendekring en/of familie voel positief oor die US as 'n instansie.



Figuur 4.76: Respondente van al vier groepe oor hulle vriendekring/familie se houding i.v.m. die US

Die p-waarde van hierdie grafiek is 0.02, wat beteken dat die nulhipotese dat daar geen interaksie tussen die twee veranderlikes is nie, verwerp word. Daar is weereens interaksie tussen die twee bruin groepe, met die gemiddelde tellings wat 5.7 (jonger as 35) en 6.00 (ouer as 35) is. Die twee jonger groepe se gemiddelde telling is 6.3, terwyl die ouer groep 'n telling behaal van 5.35 – daar is geen interaksie binne die laasgenoemde twee groepe nie. Hierdie vraag toets die houdings van respondente se sosiale groepe teenoor die US, en daar word gepostuleer dat 'n negatiewe resultaat kan beteken dat respondente moontlik beïnvloed word om 'n meer negatiewe houding teenoor die US te hê

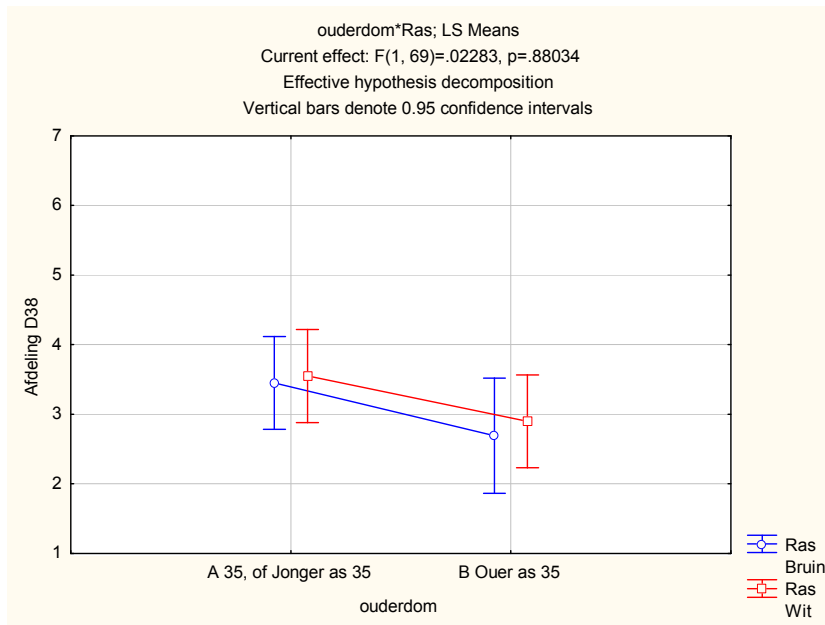
Vraag 37. Ek voel geïrriteerd wanneer ek 'n donasiebrief kry, ongeag die bron.



Figuur 4.77: Respondente van al vier groepe se reaksie wanneer hulle 'n donasiebrief ontvang, ongeag die bron

Hierdie vraag het redelike lae responsgemiddeldes gekry – dit mag wees omdat die vraag omgekodeerd is – dit beteken dat 'n lae telling in werklikheid 'n goeie resultaat aandui. Wit persone ouer as 35 het 'n 4.4 gemiddeld, terwyl persone jonger as 35 'n gemiddeld van 3.65 het. Bruin persone ouer as 35 het weer 'n gemiddelde telling van 4.23 behaal, terwyl die gemiddeld vir bruin persone jonger as 35 4.00 het. Die groep wat die beste reageer op donasiebriewe oor die algemeen, is wit persone jonger as 35, terwyl ouer wit persone die negatiefste voel. Bruin ouer mense is tweede laaste, wat kan beteken dat hoe ouer die respondente is, hoe meer waarskynlik is dit dat hulle al vir jare oorval is met donasiebriewe en dit nou irriterend vind. Die p-waarde dui egter daarop dat daar geen beduidende verskil tussen die groepe is nie.

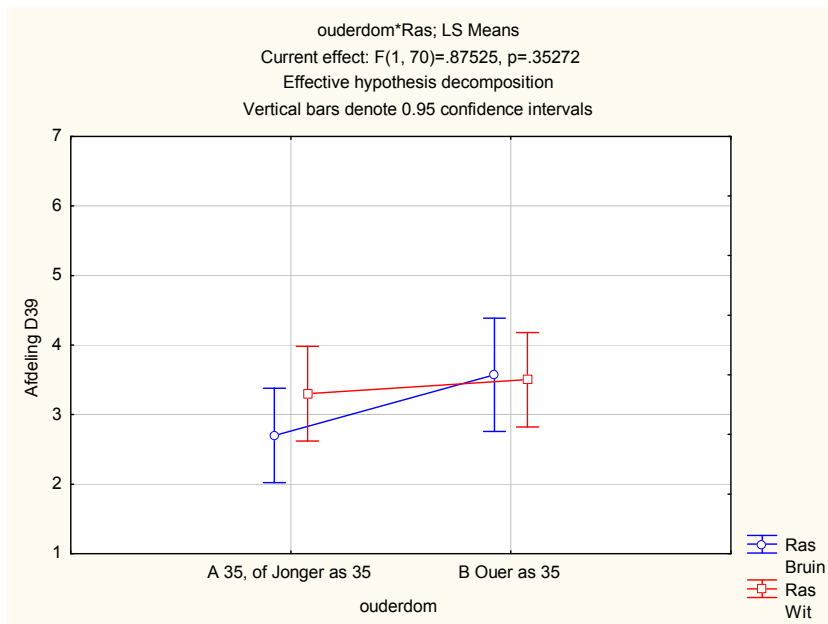
Vraag 38. My vriendekring en/of familie skenk graag geld aan die US.



Figuur 4.78: Respondente van al vier groepe oor hulle vriendekring/familie se skenkingsgedrag

Hierdie vraag se p-waarde is 0.88, wat aandui dat die verskille tussen die groepe nie statisties beduidend is nie. Die gemiddeld vir bruin persone is 3.45 en 2.69 vir jonger en ouer onderskeidelik. Die wit persone se gemiddelde telling is 3.55 en 2.9 onderskeidelik. Hierdie resultaat kan dui dat die mense wie se sosiale groepe die maklikste aan die US skenk, die wit, jonger as 35-groep. Die bruin, ouer as 35-groep se sosiale groep is die minste waarskynlik om te skenk.

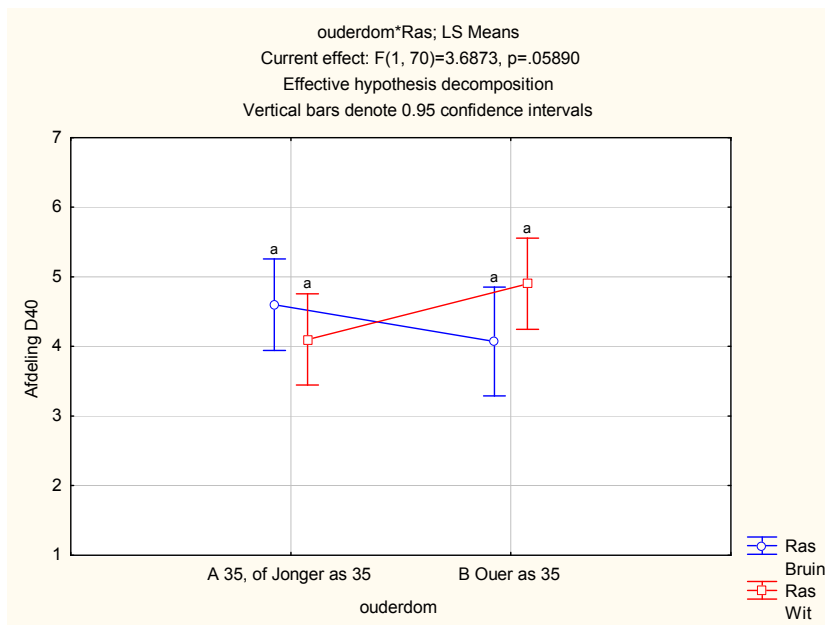
Vraag 39. Ek skenk graag geld aan die US.



Figuur 4.79: Respondente van al vier groepe oor hulle skenkingsgedrag i.v.m die US

Die p-waarde vir hierdie vraag is 0.35, wat beteken daar is nie 'n statisties beduidende verband tussen die veranderlikes nie. Die gemiddelde telling vir ouer persone is 3.57 (bruin) en 3.5 vir wit persone. Die gemiddelde telling vir die jonger persone is 2.7 en 3.3 vir bruin en wit onderskeidelik. Die groep wat die maklikste sal skenk aan die US, is die bruin persone ouer as 35, terwyl die onwaarskynlikste skenkers die wit, jonger as 35-groep is. Dit kan egter wees dat laasgenoemde se gedrag nie met houding te doen het nie, maar dat hulle nog nie finansiële stabiel genoeg is om groter skenkings te maak nie.

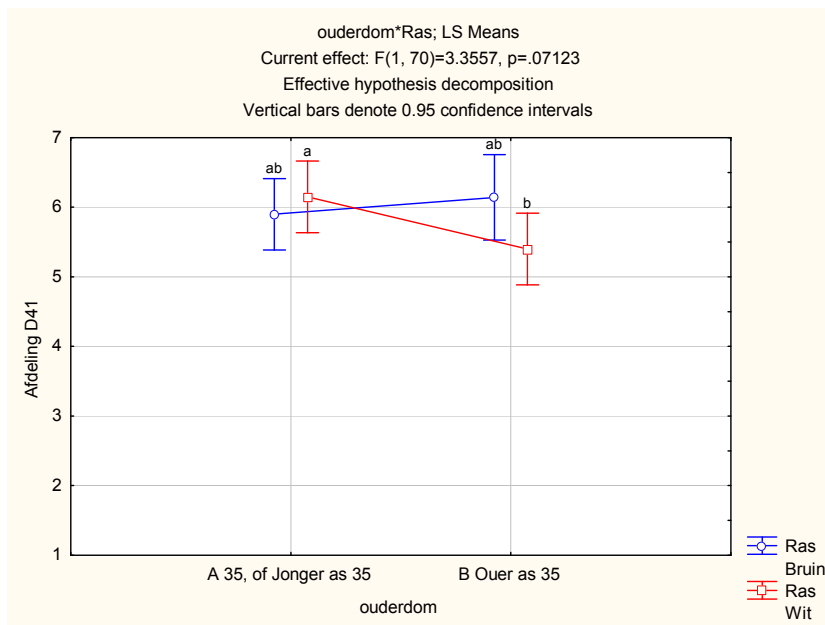
Vraag 40. Ek skenk graag geld aan ander organisasies.



Figuur 4.80: Respondente van al vier groepe oor hulle skenkingsgedrag oor die algemeen

Die gemiddelde tellings vir hierdie vraag, vir ouer persone is 4.07 en 4.9 vir bruin en wit groepe onderskeidelik. Die gemiddelde tellings vir die jonger persone is 4.6 en 4.1 vir bruin en wit onderskeidelik. $P=0.059$, is marginaal en 'n mens kan dus die nulhipotese verwerp, wat beteken daar is interaksie tussen al vier groepe se resultate. Die feit dat hierdie vraag oor die algemeen 'n hoër telling het as die vorige vraag, kan aandui dat mense nie noodwendig nie-skenkers is nie, maar net nie aan die US wil skenk nie - hierdie punt moet deur die US ondersoek word.

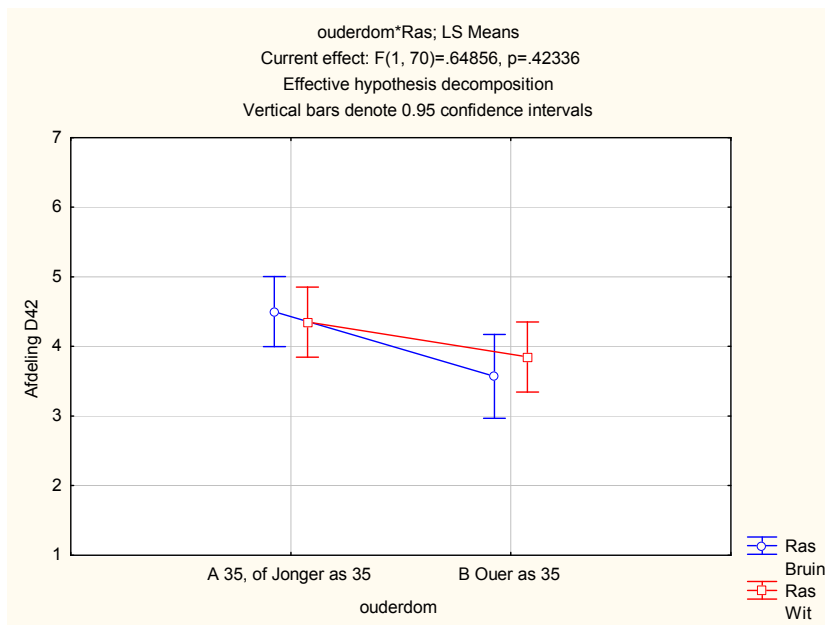
Vraag 41. Die US doen moeite om in verbinding te bly met sy alumni.



Figuur 4.81: Respondente van al vier groepe se houding teenoor die US se kommunikasiepogings

Die p-waarde van hierdie vraag is 0.071, wat wel marginaal is, maar wat tog kan beteken dat die nulhipotese dat die veranderlikes mekaar nie beïnvloed nie, verwerp kan word. Die interaksie hier vind plaas tussen die twee bruin groepe (ouer en jonger) waarvan die gemiddeldes 6.14 en 5.9 onderskeidelik is. Die twee wit groepe se gemiddelde telling is 6.15 (jonger) en 5.4 (ouer). Hierdie resultaat dui dat die bruin ouer groep, en die wit jonger groep die beste houding het oor die US se kommunikasiepogings – daar is egter net klein verskille tussen die vier groepe se response.

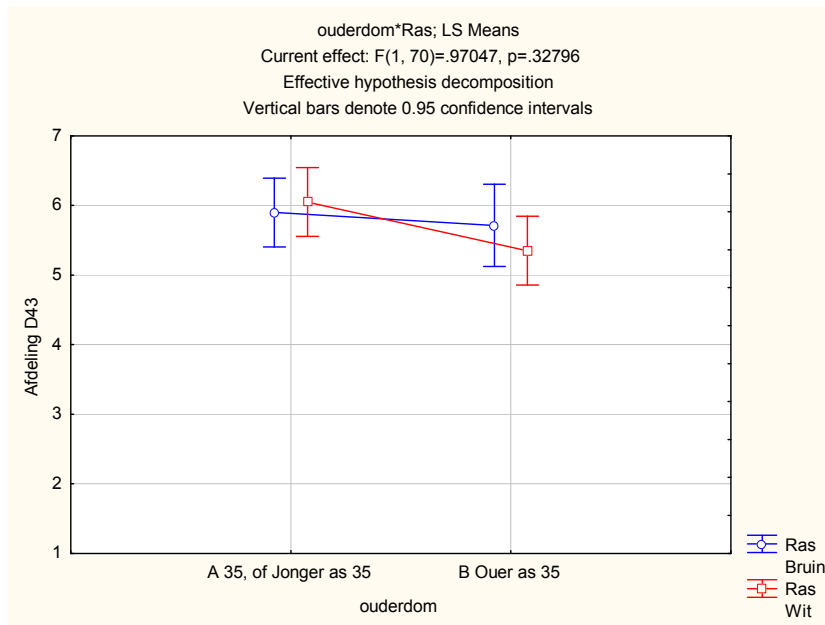
Vraag 42. Ek voel die US luister na my griewe en klagtes.



Figuur 4.82: Respondente van al vier groepe se houding oor die US se ontvanklikheid vir griewe en klagtes

Die resultate vir hierdie vraag was relatief laag in vergelyking met ander response op vrae. Die US noem telkens dat hy toeganklik moet wees vir alle persone, maar as respondente voel dat die US nie aandag gee aan hulle klagtes nie, kan dit 'n baie negatiewe effek hê op die manier waarop hulle die US sien. Die gemiddeldes vir die wit groep is as volg: Ouer as 35 – 3.8, Jonger as 35 – 4.35. Die gemiddelde tellings vir die bruin groep is 4.5 en 3.57 vir jonger en ouer onderskeidelik. Die p-waarde ($p = 0.423$) dui daarop dat daar geen statisties beduidende verband is tussen die veranderlikes nie.

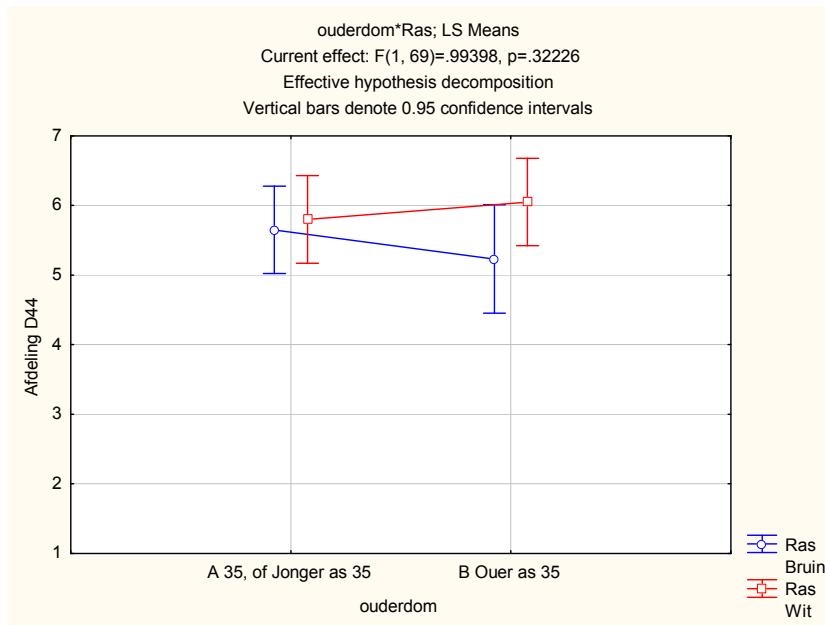
Vraag 43. Ek dink die US is trots op sy alumni.



Figuur 4.83: Respondente van al vier groepe oor die US se trotsheid op sy alumni

Die p-waarde van hierdie vraag is 0.327, wat aandui dat daar geen statistiese beduidende verskil tussen die veranderlikes is nie. Die gemiddelde vir die jonger as 35 groep is 5.9 en 6.1 vir die bruin en wit groep onderskeidelik. Die ouer groep het gemiddeldes van 5.7 en 5.4 behaal vir bruin en wit onderskeidelik. Omdat die gemiddeldes redelik hoog is, beteken dit vir die US dat die trotsheid deurgegee word in sy kommunikasie, en dat die relasionele boodskap miskien nie so afwesig is as vroeër gedink is nie.

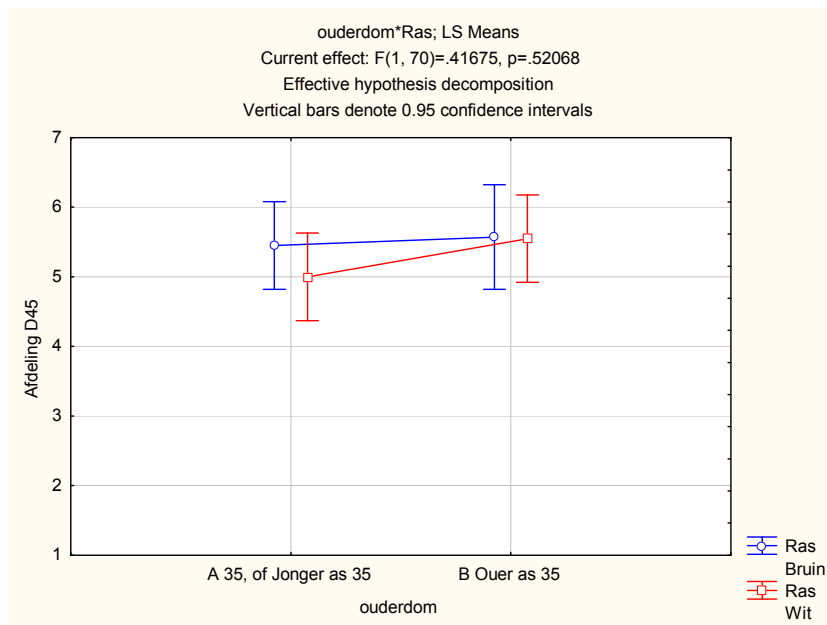
Vraag 44. Ek het goeie ervarings gehad met my dosente aan die US.



Figuur 4.84: Respondente van al vier groepe se houding teenoor hulle ervarings met US dosente

Die gemiddeldes wat respondente in hierdie vraag behaal het, is die volgende: wit persone jonger as 35, 5.8 en wit persone ouer as 35, 6.1. Bruin persone jonger as 35 het 'n gemiddeld van 5.7 behaal, terwyl bruin persone ouer as 35 'n gemiddeld van 5.23 het. Die p-waarde ($p = 0.322$) dui daarop dat daar geen beduidende verskille tussen die groepe is nie. Dit blyk dat die groep wat die beste houding het teenoor hulle dosente, die wit persone ouer as 35 is, met die swakste telling deur die bruin ouer groep.

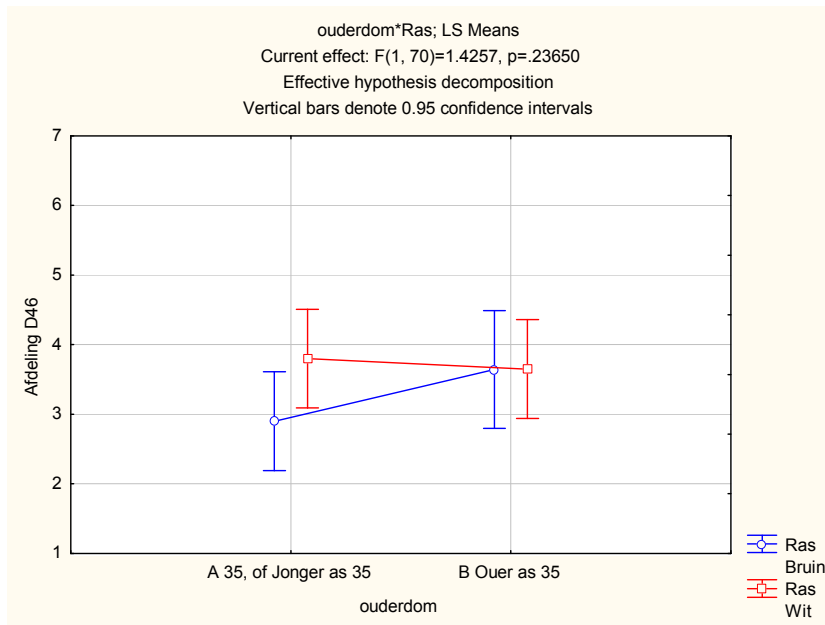
Vraag 45. Ek het goeie ervarings gehad met die administratiewe beamptes aan die US.



Figuur 4.85: Respondente van al vier groepe se houding teenoor hulle ervarings met die US-administrasiebeamptes

Die p-waarde van hierdie vraag is 0.521, wat beteken dat die nulhipotese aanvaar word; daar is dus geen beduidende verskille tussen die betrokke groepe nie. Die gemiddeldes vir die bruin groep is 5.45 en 5.57 vir die jonger en ouer groep onderskeidelik. Die gemiddelde tellings vir die wit groep is weer 5.0 en 5.6 vir die jonger en ouer groep onderskeidelik. Daar is oor die algemeen laer tellings vir hierdie vraag as wat die geval is vir die vorige vraag – dit kan beteken dat mense meer positief voel oor die akademiese personeel as die administratiewe personeel.

Vraag 46. Ek woon graag alumni-skakelingsgeleenthede by.

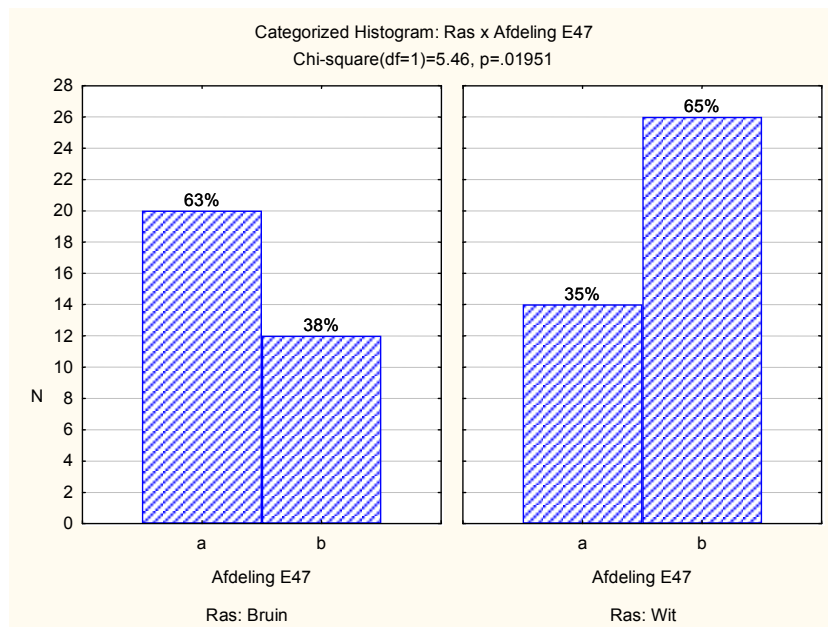


Figuur 4.86: Respondente van al vier groepe se gedrag m.b.t. alumni skakelingsgeleenthede

Die respons op hierdie vraag was redelik swak, teenoor die voorafgaande vrae. Die gemiddeldes vir die ouer groep is 3.64 en 3.65 vir bruin en wit mense onderskeidelik. Die gemiddeldes vir die jonger groep, daarenteen, is 2.9 en 3.8 vir bruin en wit onderskeidelik. Die p -waarde 0.236, wat beteken dat daar 'n baie swak verband is tussen die veranderlikes – so swak dat dit nie statisties beduidend is nie.

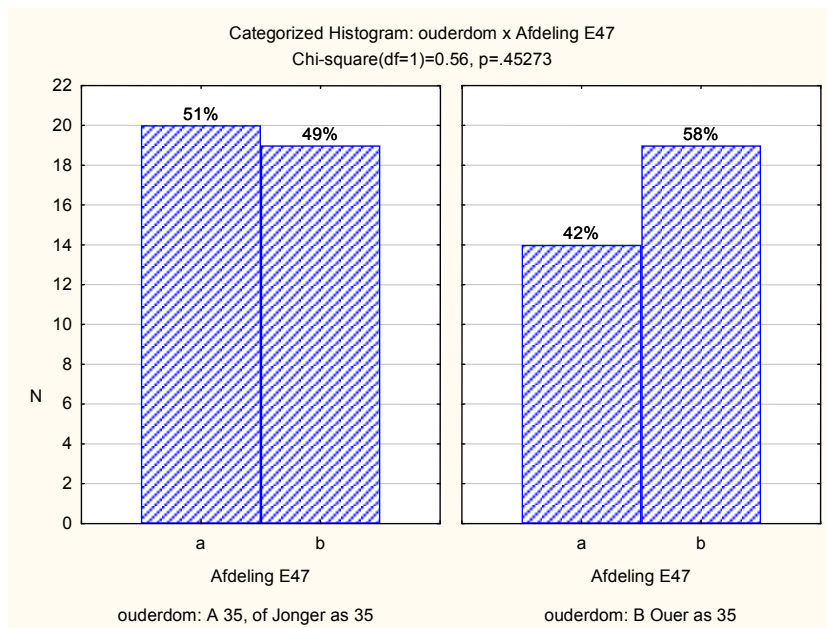
4.3.6 Afdeling E

Vraag 47



Figuur 4.87: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 47

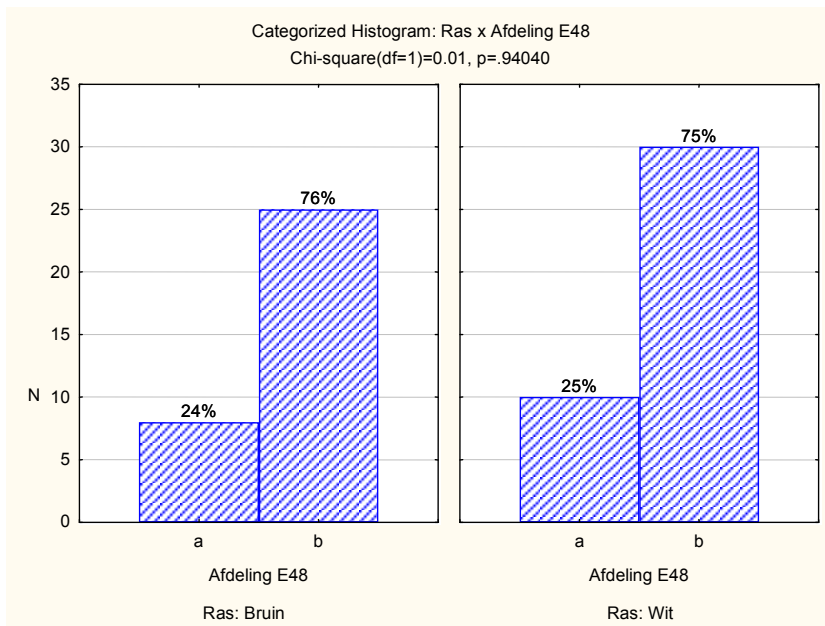
Hierdie resultaat dui aan dat wit persone 'n voorkeur getoon het vir die herontwerpte brief – d.w.s. een wat meer informeel en alumni-gesentreerd is. Bruin persone het weer 'n sterk voorkeur gehad vir die oorspronklike brief, wat fokus op die meer globale aspekte van 'n universiteit, soos dat hy 'n voorbeeld in Afrika moet stel. Dit kan wees dat ras- en kultuurverskille hier 'n rol speel – bruin persone mag meer kollektivisties as wit persone wees, en dus 'n wyer strekwydte wens vir die US, sodat meer mense ingesluit word. Die p-waarde vir hierdie resultate is 0.02, wat beteken dat die nulhipotese verwerp word, d.w.s. die veranderlikes toon interaksie met mekaar.



Figuur 4.88: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 47

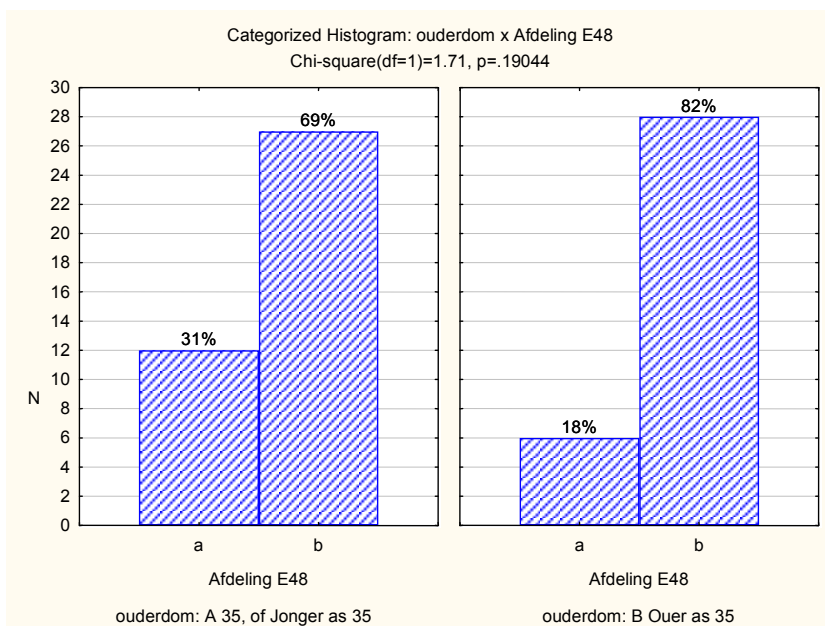
Die p-waarde by hierdie resultaat ($p=0.45$) was aansienlik hoër as die vorige vraag – dus word die nulhipotese nie verwerp nie. Daar is nie 'n beduidende verskil tussen die ouderdomsgroepe se resultate nie; ouer persone het egter die herontwerpte brief verkies, terwyl jonger persone 'n klein voorkeur getoon het vir brief A. Daar kan dus geargumenteer word dat ouer, wit persone meer van 'n alumni-gesentreerde en informele aanslag hou, terwyl jonger, bruin mense hoofsaaklik van 'n meer formele brief met beeldspraak hou.

Vraag 48



Figuur 4.89: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 48

Beide rasgroepe het weergawe B (die oorspronklike brief) gekies. 'n P-waarde van 0.94 kan dit aandui dat daar 'n redelike sterk statistiese beduidendheid is. Meer as driekwart van alle respondente het die oorspronklike brief gekies.

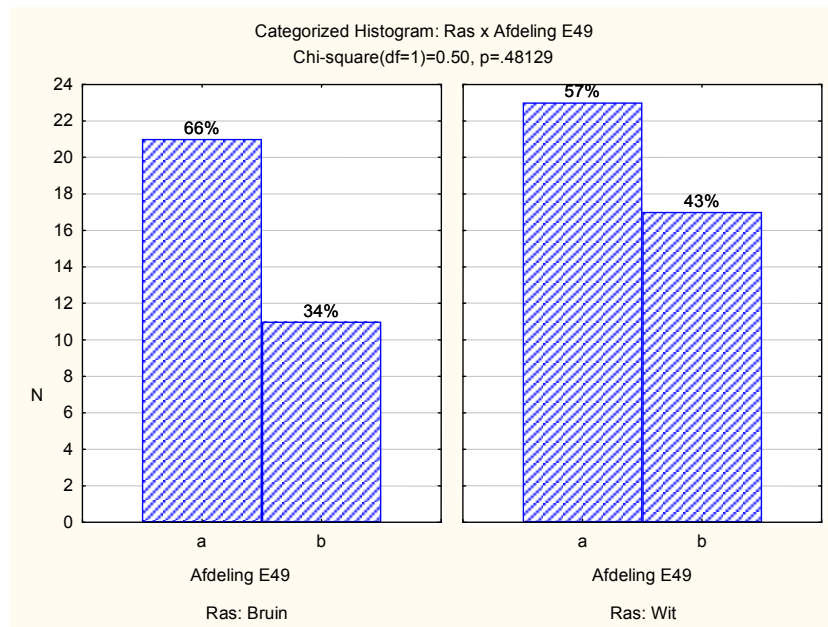


Figuur 4.90: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 48

Weereens het respondente uit albei groepe (hierdie keer ouderdom) opsie B, die oorspronklike weergawe van die brief gekies. Die p-waarde is laag, $p=0.19$, wat

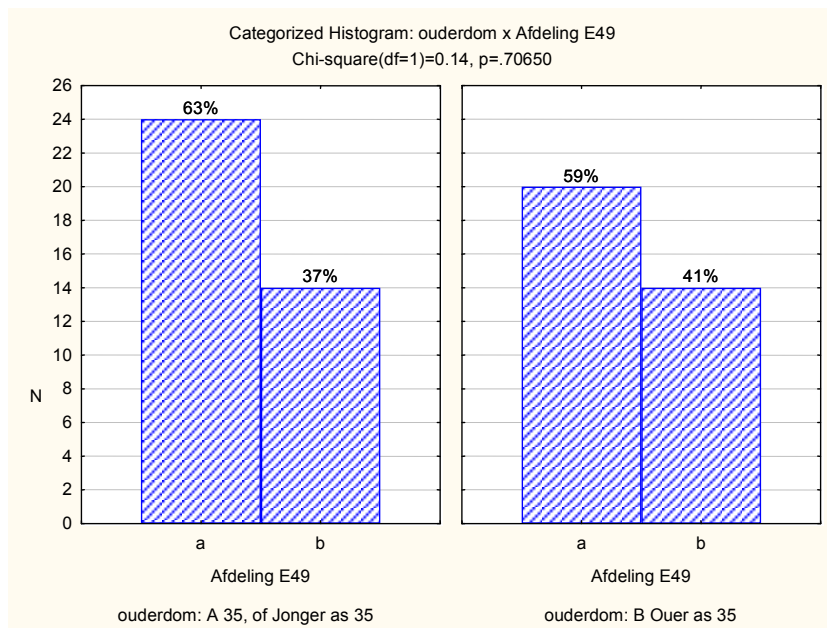
aandui dat die nulhipotese aanvaar word. Daar kan afgelei word dat die woord 'sodanige' (dit is waaroor die vraag handel) as meer gepas gesien word as die woord 'hierdie' – dit wil ook voorkom dat die voorkeur vir eersgenoemde sterker word hoe hoër die respondente se ouderdom. Die verskil in voorkeur by ras is nie groot genoeg om 'n akkurate afleiding te maak nie.

Vraag 49



Figuur 4.91: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 49

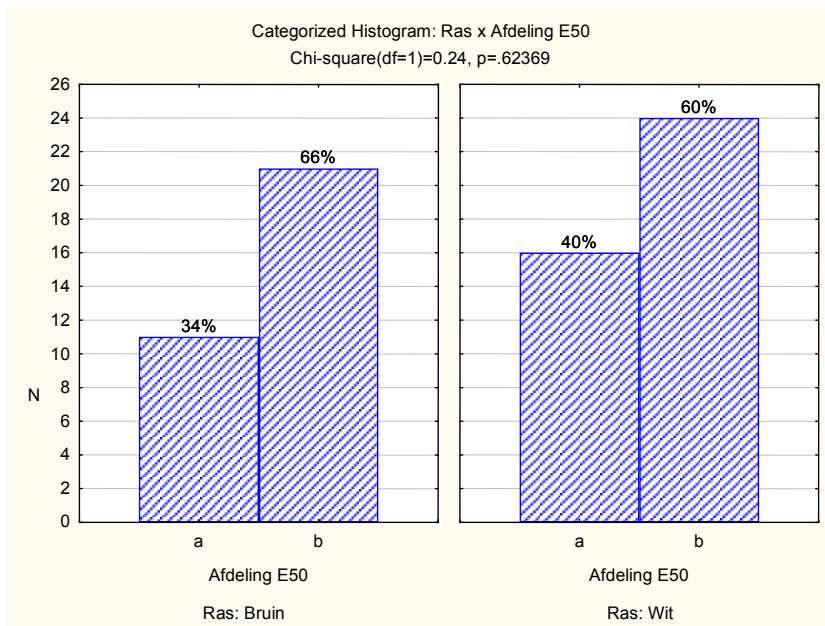
Respondente van albei rasgroepe het oorwegend opsie A gekies, wat in werklikheid die herontwerpte brief is. Die p-waarde is 0.48, wat beteken dat die nulhipotese (wat postuleer dat die veranderlikes mekaar nie beïnvloed nie) aanvaar word, en dat daar geen beduidende verskille tussen die groepe is nie.



Figuur 4.92: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 49

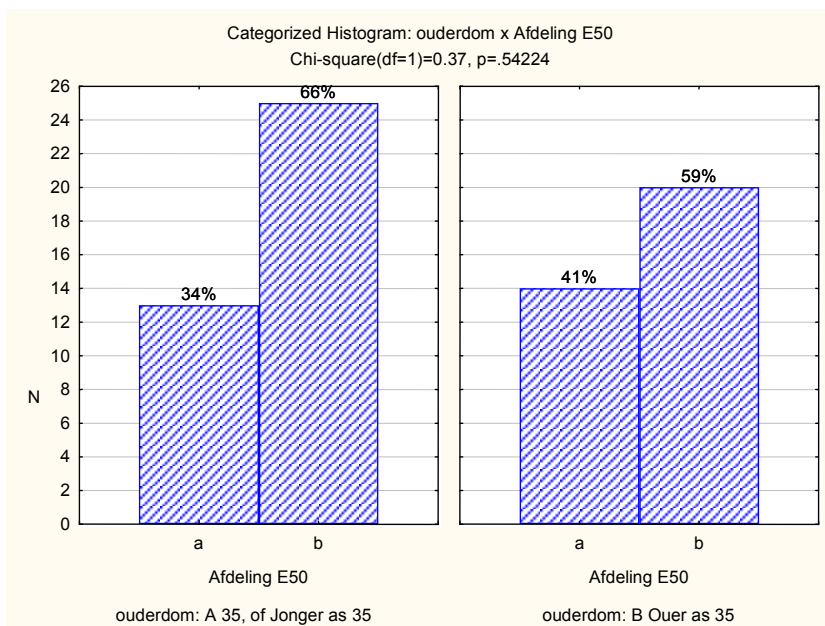
Die meerderheid respondente van beide ouderdomme het opsie A gekies, met die jonger groep wat 'n sterker voorkeur getoon het vir die opsie. Die p-waarde is 0.70 wat beteken dat die nulhipotese aanvaar word, d.w.s. daar is geen beduidende verskille tussen die betrokke groepe nie. Daar kan gemotiveer word dat jonger respondente makliker lees aan korter sinne, en dat die brief miskien informeel kan voorkom wanneer die sinne korter is.

Vraag 50



Figuur 4.93: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 50

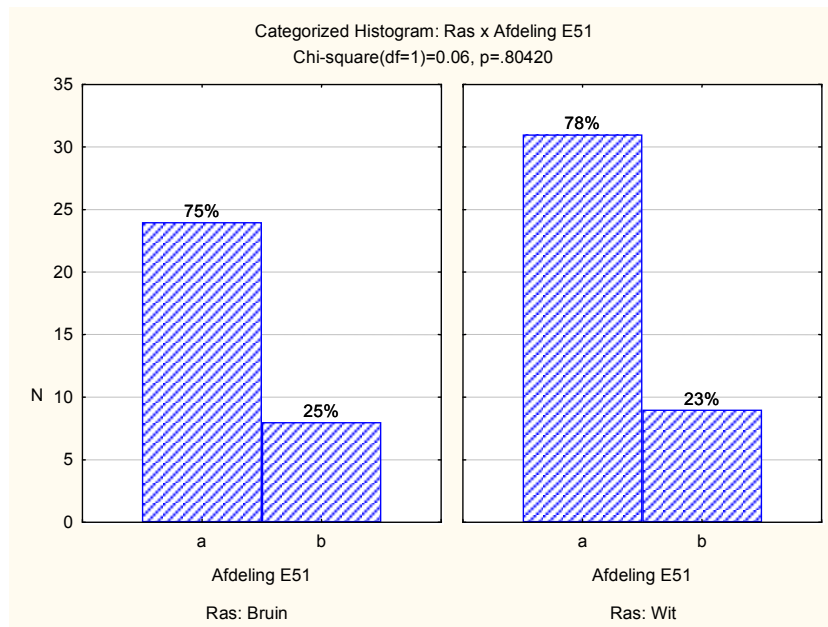
Respondente uit albei groepe het oorwegend opsie B (d.w.s. die herontwerpte brief) gekies. Die p-waarde is 0.62, wat aandui dat daar nie 'n statisties beduidende verhouding is tussen die veranderlikes nie.



Figuur 4.94: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 50

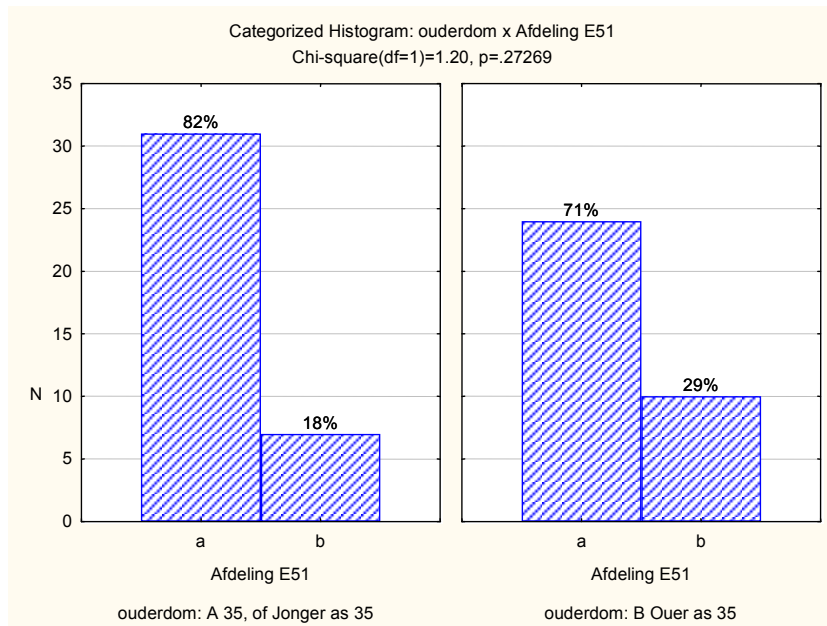
Tussen die twee ouderdomsgroepe het die Jonger as 35-groep 'n sterker voorkeur getoon vir opsie B, al het ouer persone dit ook gekies. Die p-waarde van 0.54 is nie statisties beduidend nie. Daar kan gepostuleer word dat jonger persone 'n meer informele brief verkies met spreektaal in. Dieselfde kan egter tot 'n mate vir die ander groepe gesê word.

Vraag 51



Figuur 4.95: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 51

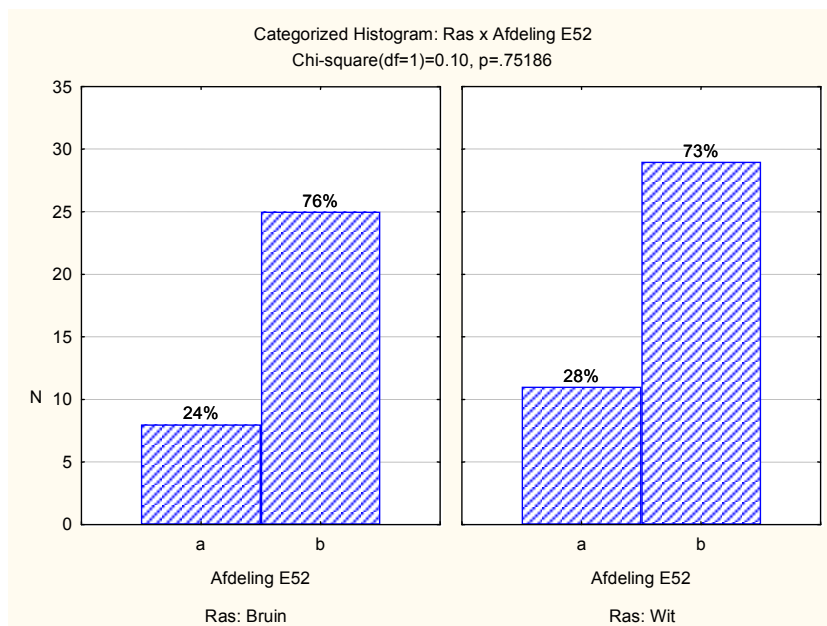
Die oorwegende meerderheid respondente het vir die vraag opsie A gekies, oftewel die herontwerpte brief. Daar is 'n groot verskil tussen die hoeveelheid mense wat opsie B gekies het, en dié wat opsie A gekies het – dit kan dui op 'n sterk gevoel oor die stilistiese element. Die p-waarde van 0.80 dui op 'n onbeduidende verskil tussen die groepe.



Figuur 4.96: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 52

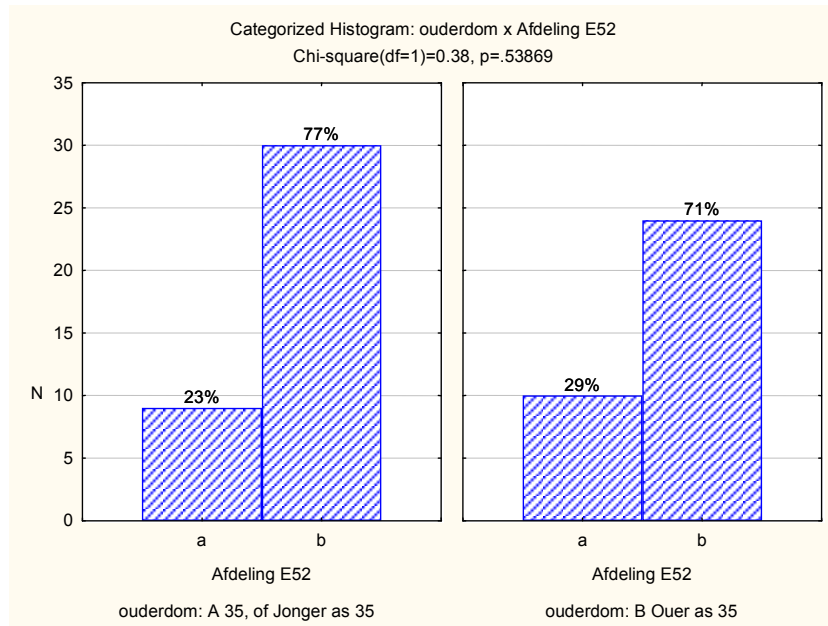
Respondente van die twee ouderdomsgroepe het oorwegend opsie A gekies (die herontwerpte brief), met 'n baie sterk resultaat van die jonger groep. Dit kom voor of die jonger respondente positief reageer op korter en kragtiger gedeeltes. Die p-waarde van 0.27 dui op 'n swak en onbeduidende verhouding tussen die veranderlikes.

Vraag 52



Figuur 4.97: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 52

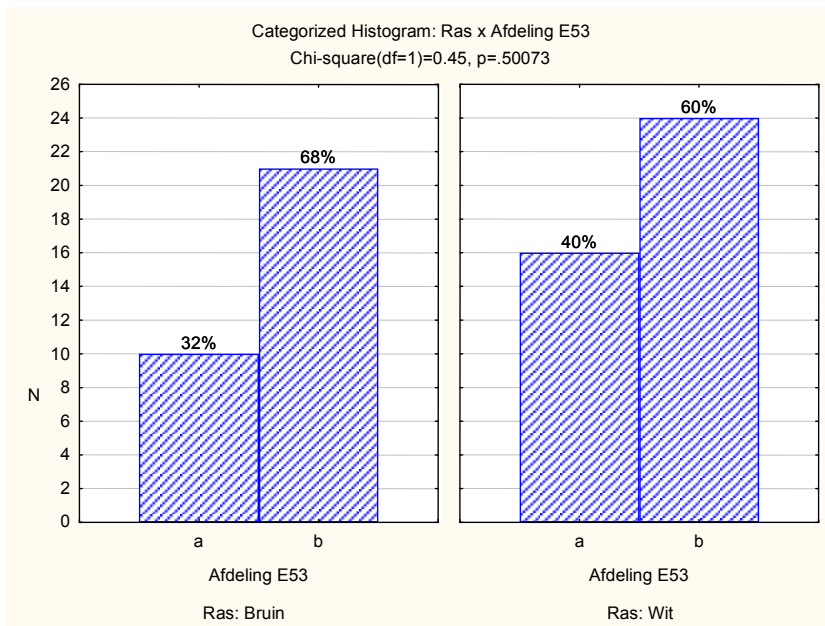
Respondente het in albei rasgroepe sterk voorkeur getoon vir opsie B (die herontwerpte brief). Die p-waarde (0.75) dui aan dat die nulhipotese aanvaar word. Bruin en wit persone het bykans dieselfde uitkoms gehad, en dit sou waarskynlik amper identies gewees het as die bruin steekproef so groot soos die wit een was.



Figuur 4.98: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 52

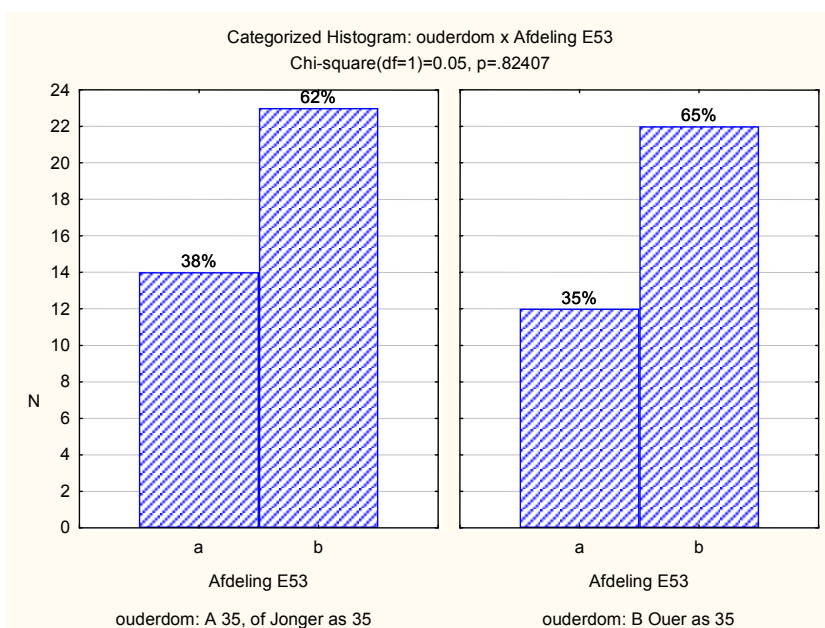
Weereens het die twee stelle respondente nie 'n groot verskil wanneer dit by die voorkeur vir opsie B kom nie. Die p-waarde (0.53) stel dat daar 'n redelike verhouding tussen die veranderlikes is, maar steeds nie statisties beduidend nie. Die voorkeur vir die herontwerpte brief kan daarop dui dat die respondente nie van onduidelikhede hou nie, of dat beeldspraak in dié geval nie gepas vir hulle is nie.

Vraag 53



Figuur 4.99: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 53

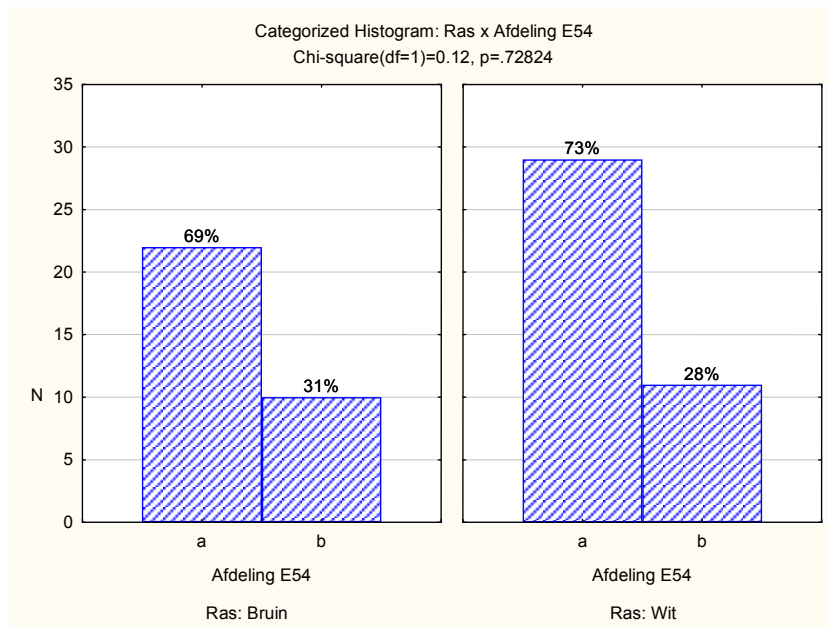
Respondente het opsie B verkies, wat in die vraelys die herontwerpte brief verteenwoordig. Daar is geen verskil tussen die balans van voorkeure vir die twee rasgroepe nie (d.w.s. daar is ongeveer 30-36% verskil in beide). Die p-waarde is 0.50 wat 'n swak statistiese beduidende verhouding tussen veranderlikes wys.



Figuur 4.100: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 53

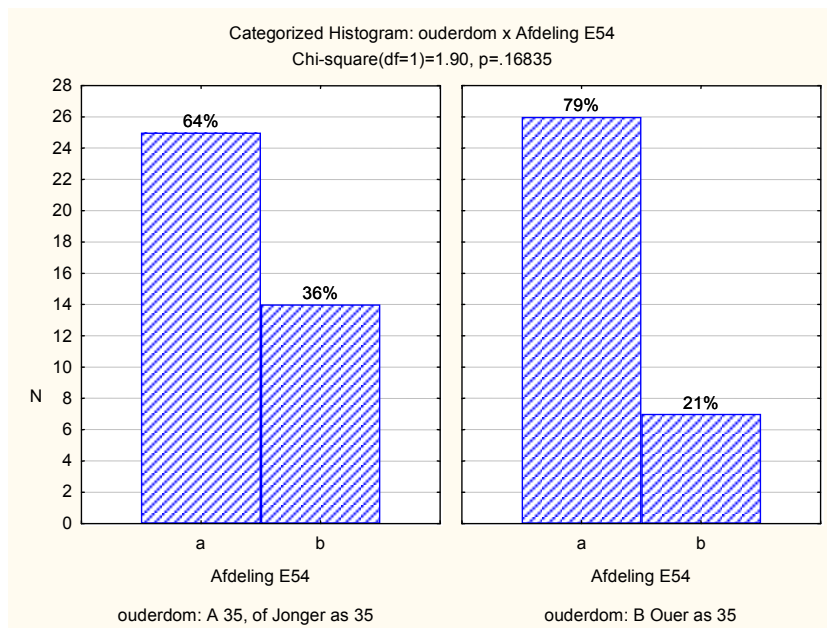
Die p-waarde is 0.82, wat dui op 'n onbeduidende verhouding tussen veranderlikes. Die voorkeure vir die twee ouderdomsgroepe is bykans dieselfde; dit is dus onmoontlik om 'n akkurate afleiding te maak oor die verskil in voorkeure.

Vraag 54



Figuur 4.101: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 54

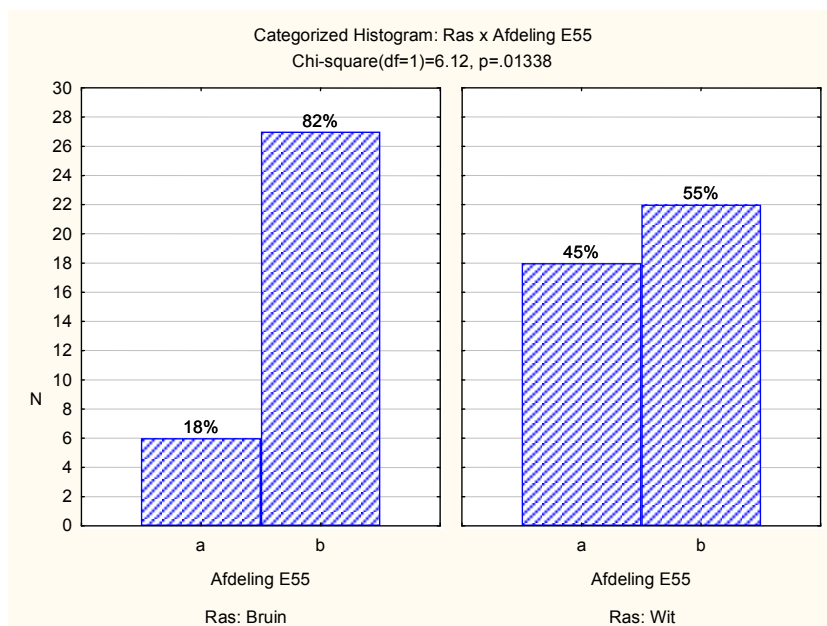
Respondente het vir hierdie vraag oorwegend opsie A gekies (die herontwerpte brief). Die statistiek het 'n p-waarde van 0.73 wat dui dat die nulhipotese aanvaar word en dat die verskille onbeduidend is.



Figuur 4.102: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 54

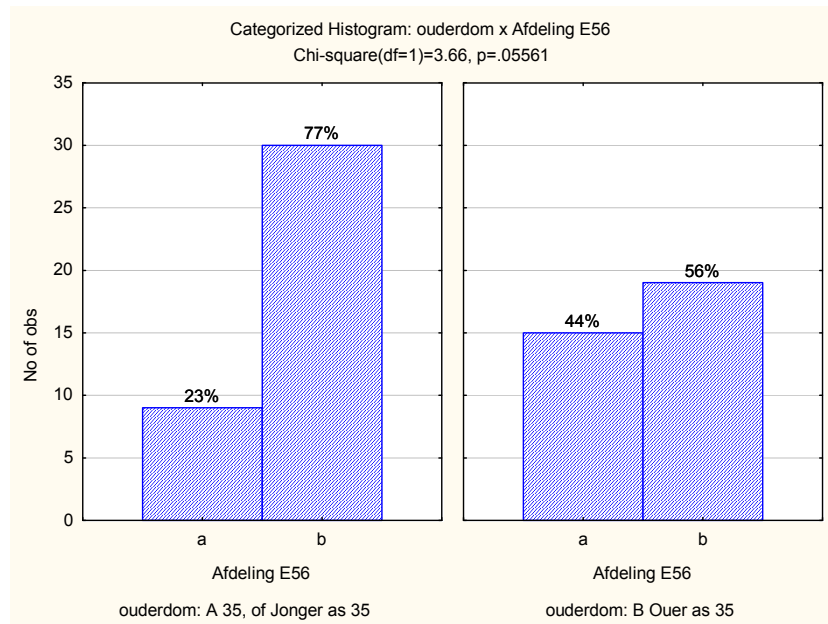
Die p-waarde van hierdie statistiek is 0.17, wat baie laag is en 'n statisties onbeduidende verhouding tussen die twee veranderlikes aandui. Die voorkeur van opsie A kan beteken dat respondente van albei ouderdomsgroepe kort en kragtige sinne verkies.

Vraag 55



Figuur 4.103: Respondente van albei rasgroepe se houding teenoor vraag 55

Respondente van albei rasgroepe het gevoel dat hulle opsie B verkies – dit verteenwoordig die herontwerpte brief in die vraelys. Daar moet egter gelet word op die groot verskil tussen die voorkeurgrootte van die twee rasgroepe: Bruin mense het 'n aansienlik groter voorkeur vir opsie B, terwyl daar slegs 'n 10%-verskil is tussen die wit respondente se keuses. Die p-waarde is 0.01, wat beteken dat die nulhipotese dat die veranderlikes mekaar nie beïnvloed nie, verwerp word.



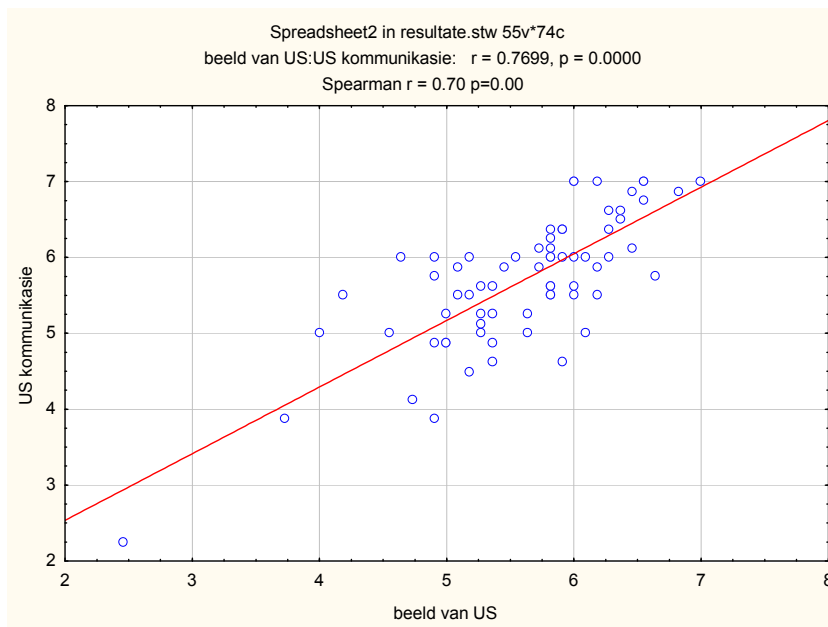
Figuur 4.104: Respondente van albei ouderdomsgroepe se houding teenoor vraag 55

Respondente uit die jonger groep voel oorwegend meer positief oor opsie B as wat die ouer groep voel. Die p-waarde is 0.056, wat net bo die afsnypunt is – omdat dit so naby is, kan geargumenteer word dat die nulhipotese in elk geval verwerp moet word en dat die verskille tussen die groepe wel beduidend is. Die resultate kan aandui dat jonger mense van die Bruin rasgroep, die positiefste gevoel het oor opsie B, wat handel oor behoeftige studente, en hoe om hulle te help.

4.3.7 Korrelasies tussen items in die vraelys

In hierdie gedeelte word daar gekyk of daar enige verband is tussen sekere vrae – d.w.s. of daar 'n verband is tussen twee aspekte van die studie. Daar word 'n verduideliking en visuele voorstelling van elke korrelasie gegee.

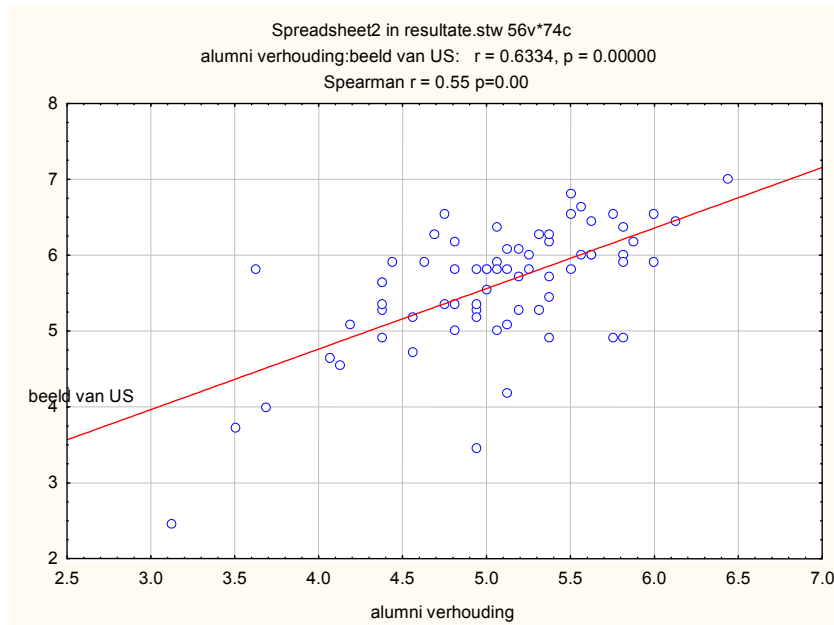
4.3.7.1 Korrelasie tussen die beeld van die US en sy kommunikasie



Figuur 4.105: Die korrelasie tussen die US se beeld en kommunikasie

Die korrelasie tussen hierdie twee aspekte word ondersoek omdat gepostuleer kan word dat wanneer iemand (byvoorbeeld 'n respondent) 'n positiewe beeld van 'n instansie het, sal die kommunikasie vanaf daardie instansie ook op 'n meer positiewe wyse opgeneem word. Die 'scatterplot' wys dat die hipotese waar is – daar is 'n sterk positiewe korrelasie tussen afdeling A en afdeling B, die twee afdelings in die vraelys wat handel oor die beeld en kommunikasie. Die Spearman r is 0.70, wat dui op 'n sterk positiewe korrelasie.

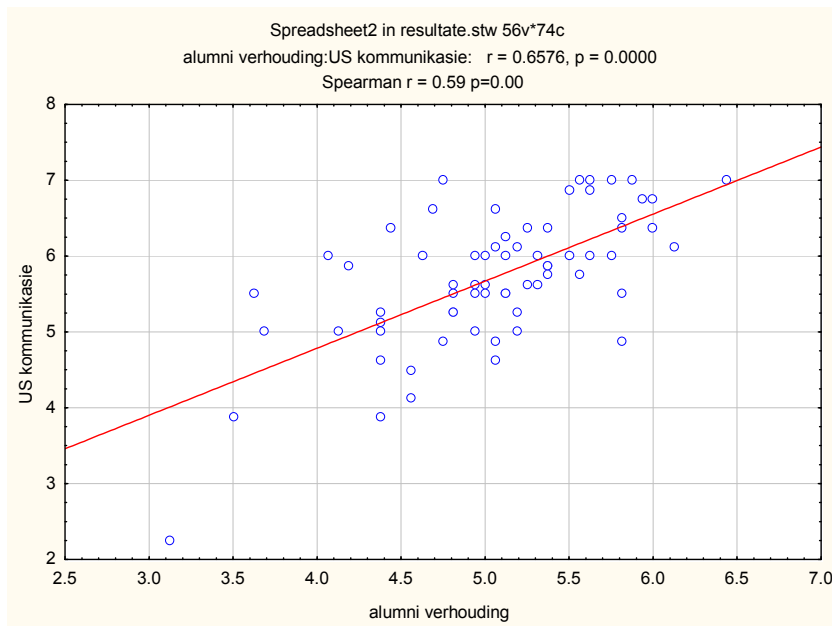
4.3.7.2 Die korrelasie tussen die alumni se verhouding en die beeld van die US



Figuur 4.106: Die korrelasie tussen alumni-verhoudings en die beeld van die US

Daar kan geargumenteer word dat 'n sterker verhouding tussen die alumni en US kan lei daartoe dat die alumni 'n positiewer beeld van die instansie het. Die grafiek wys dan dat die stelling waar is – daar is 'n redelike sterk positiewe korrelasie tussen die twee items. Die Spearman r is 0.55.

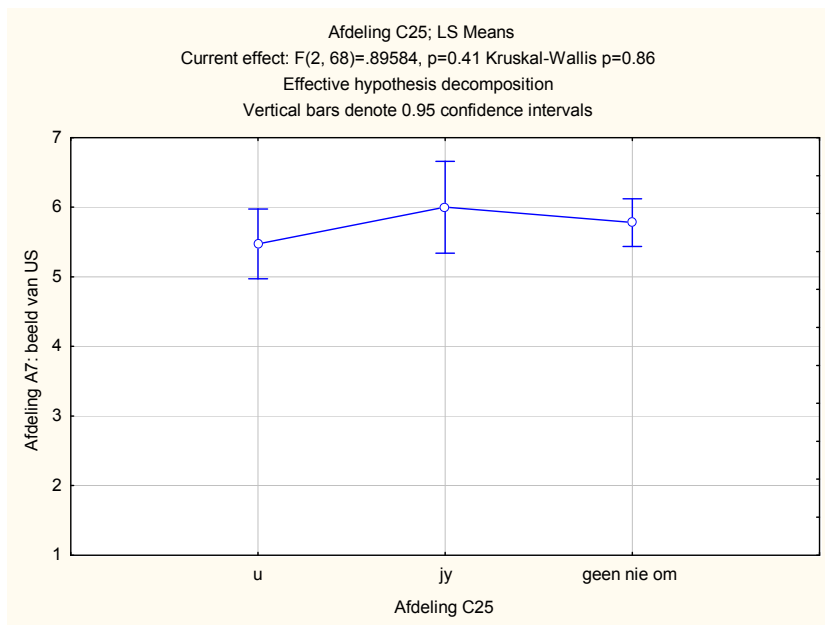
4.3.7.3 Die korrelasie tussen die verhouding tussen die alumni en die US, en hulle houding oor die US se kommunikasie



Figuur 4.107: Die korrelasie tussen alumni-verhoudings en die US se kommunikasie

Daar kan geargumenteer word dat wanneer 'n respondent 'n sterk verhouding met 'n instansie het, hy daardie instansie se kommunikasie ernstig sal opneem, en 'n positiewer houding daaroor sal hê. Hierdie korrelasie wys dat daar 'n positiewe, redelike sterk korrelasie bestaan tussen hierdie twee faktore, met die Spearman r wat 0.59 is.

4.3.7.4 Die korrelasie tussen respek getoon deur die US en aanspreekvorme in die donasiebrief



Figuur 4.108: Die korrelasie tussen respek getoon deur die US, en aanspreekvorme in die donasiebrief

Daar is gepostuleer dat die vraag oor respek wat die US aan die respondent toon (vraag 7) sou korreleer met die manier waarop die respondente aangespreek wil word (vraag 25). Die redenasie hieragter is dat respondente respek assosieer met die manier waarop hulle aangespreek word. Die US, byvoorbeeld, toon hulle meer respek wanneer respondente as 'u' aangespreek word. Dit is om die relasionele boodskap te toets, d.w.s. die gedeelte wat handel oor die leser in die teks. Hierdie korrelasie behoort tot 'n sekere mate die balans tussen die twee boodskappe (relasionele en ekspressiewe) te konkretiseer, omdat dit uitgedruk word in statistiek.

Die p-waarde is 0.86, wat beteken dat daar 'n redelike sterk korrelasie is tussen hoe gerespekteerd respondente voel, en wat hulle gekose aanspreekvorm is. Die respondente wat die hoogste tellings gehad het, het 'n voorkeur getoon vir die 'jy' aanspreekvorm. Die hipotese dat die meeste respek getoon word deur 'n meer formele aanspreekvorm, is nie waar nie. Die implikasie vir beeldvorming is die volgende: terwyl die US dink dat hy die leser respek toon deur 'n formele aanspreekvorm te gebruik, heg die leser min waarde daaraan (47% van die respondente het immers aangedui dat hulle onseker is oor hoe hulle aangespreek

wil word). Die relasionele boodskap wat verband hou met die leser se beeld is dus nie so duidelik as wat die skrywer (die US) dink nie. Dit is hierdie tipe onbekendhede wat kan veroorsaak dat die US nie beredeneerd kan omgaan met sy kommunikasie nie.

4.3.7.5 Die korrelasie tussen die gunstige verwysing na 'n alumnus, en die lojaliteit en verbondenheid wat hy met die US het

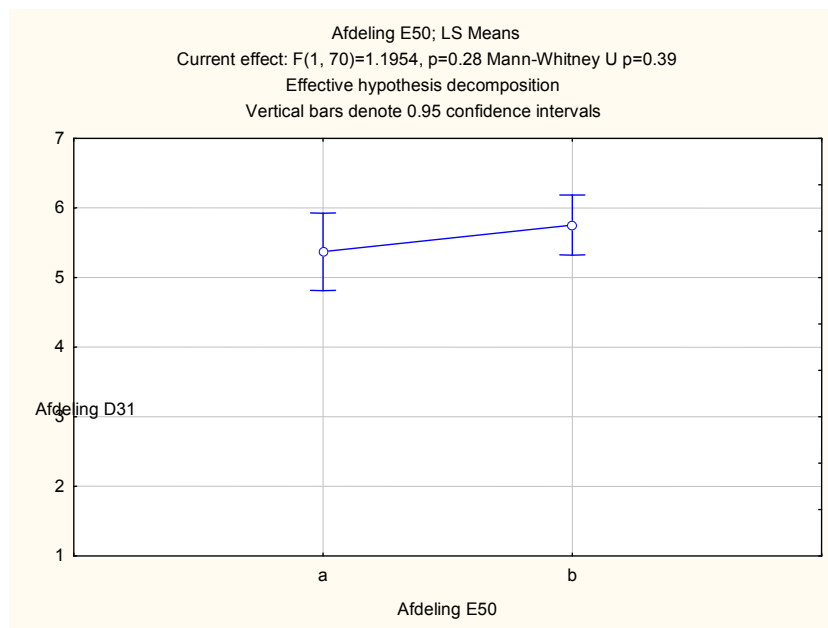
In die volgende vier histogramme, moet die vier vrae as twee groepe gesien word - die twee vrae in elke groep stem temasies ooreen.

Vraag 50: handel oor die verbondenheid (die woord "saamspan") van die alumni soos na verwys in die teks

Vraag 51: handel oor die lojaliteit van die alumni, soos na verwys in die teks

Vraag 31: handel oor die verbondenheid van die alumnus in die vraelys

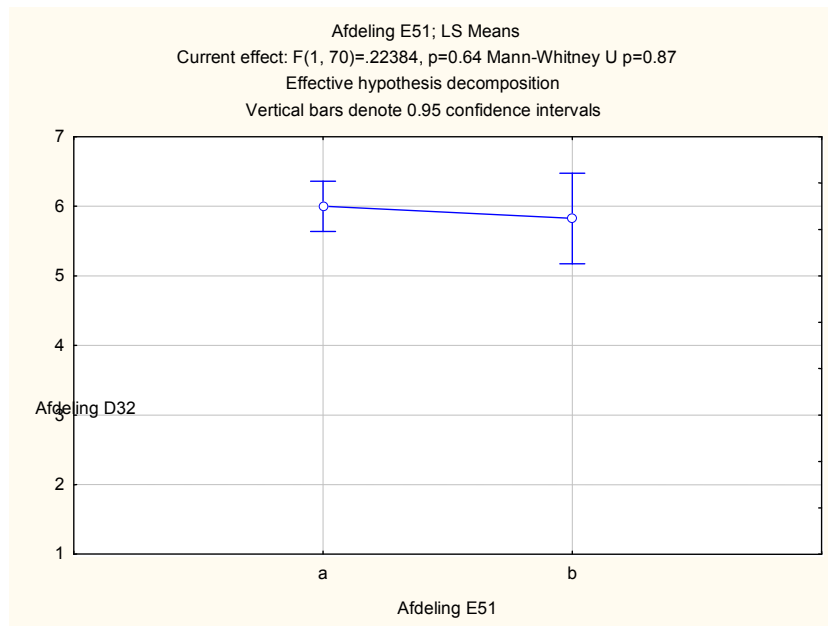
Vraag 32: handel oor die lojaliteit van die alumnus in die vraelys



Figuur 4.109: Die korrelasie tussen vraag 50 en vraag 31

Die Mann-Whitney-toets se p-waarde is redelik laag ($p=0.39$), wat beteken dat daar 'n swak korrelasie tussen die twee vrae is. Dit wil uiteraard sê dat wanneer verbondenheid in die teks (donasiebrief) genoem word, dit nie noodwendig so ervaar sal word deur die respondent nie. Hierdie korrelasie is

gedoen om die tweede gedeelte van die relasionele boodskap, naamlik die verhouding tussen die leser en skrywer, te konkretiseer.

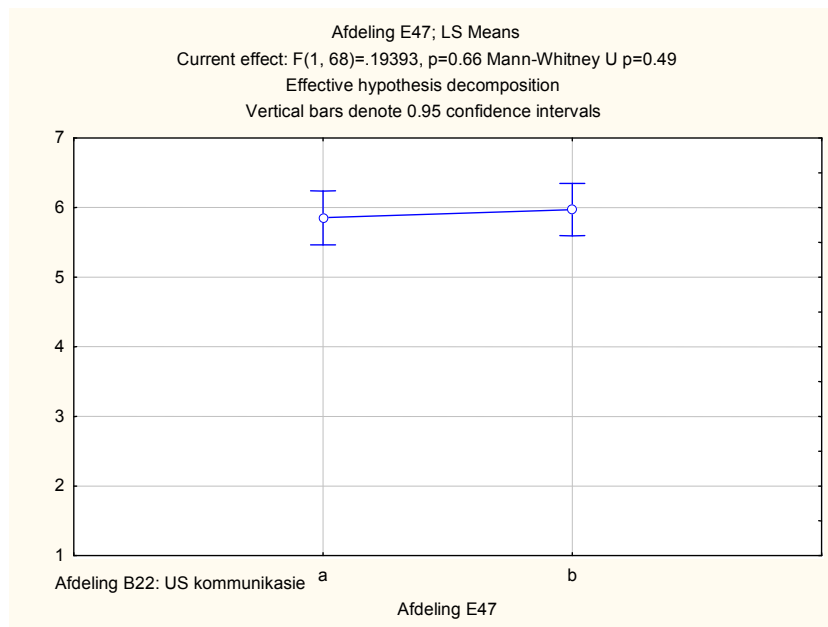


Figuur 4.110: Die korrelasie tussen vraag 51 en vraag 31

Die Mann-Whitney p-waarde is redelik hoog ($p=0.87$) – dit dui aan dat daar 'n redelike sterk korrelasie is tussen die twee vrae. Dit sou beteken dat wanneer lojaliteit in die teks genoem word, respondente moontlik hulself as meer lojaal aan die US sien. Hierdie korrelasie is ook deel van die verhoudingsaspek van die relasionele boodskap.

Die rede hoekom die eersgenoemde 'n swakker korrelasie as die laasgenoemde het, is miskien omdat lojaliteit eksplisiet genoem word – dit is nie die geval met verbondenheid nie. Die woord verbondenheid word in die vraelys genoem, maar 'saamspan' neem sy plek in die teks. Dit is egter slegs 'n spekulasie deur die navorser.

4.3.7.6 Die korrelasie tussen die US se beeld, en sy verwysing na homself in die donasiebrief



Figuur 4.111: Die korrelasie tussen die US se beeld, en sy verwysing na homself in die donasiebrief

Die Mann-Whitney p -waarde is 0.49 wat beteken dat daar 'n redelike swak korrelasie was tussen die twee vrae. Daar was dus nie regtig 'n verband tussen die US se verwysing na homself, en die manier waarop respondente die US sien nie. Hierdie korrelasie is ingevoeg om die ekspressiewe boodskap (die skrywer se beeld in die teks) te konkretiseer. Dit behoort te wys dat 'n meer verhewe beeld van die skrywer ('n "baken van hoop") nie noodwendig lei tot 'n beter beeld van die US by die leser nie.

4.4 Samevatting

Daar blyk dat daar wel verskille in response tussen bruin, wit, onder 35- en bo 35-jariges is. Dit is wel nie statisties beduidend nie, maar die feit dat daar merkbare verskille voorkom, bevestig dat ras en ouderdom wel 'n invloed het op die beeld(e) van die US wat bestaan. In die volgende hoofstuk sal die resultate bespreek word.

HOOFSTUK 5

Oorsig oor resultate

5.1 Inleiding

In hierdie hoofstuk sal die resultate wat in hoofstuk 4 voorgelê is, slegs oorhoofs bespreek word. Daar sal aandag geskenk word aan die resultate self en hoe dit verband hou met beeldvorming. Die bespreking gaan van die uitgangspunt uit dat die data geïnterpreteer kan word binne die konteks van beeldvorming. Dit is sodat die afleidings wat gemaak word, van waarde kan wees vir die US met die oog op die toekomstige verbetering van probleemareas, met betrekking tot die US se beeld.

Voordat die resultate bespreek word, word die probleemstellings en aannames kortliks genoem om die bespreking te kontekstualiseer. Die resultate sal op 'n tweeledige aanslag uitgepak word: Eerstens sal die probleemstellings wat in Hoofstuk 1 voorgelê is, beantwoord word. Dit is om die studie se uitkomst te konkretiseer. Tweedens sal die tematiek van die studie bespreek word soos dit in die vraelys aangebied word, d.w.s. daar sal individueel aandag geskenk word aan aspekte soos die US se beeld by alumni, kommunikasie, verhouding tussen die US en alumni, ens.

Dit is belangrik om te let dat die data 'n baie klein steekproef is, en daar sal dus nie veralgemenings gemaak word oor die populasiegroepe op basis van die steekproef nie. Tendense, waar relevant, sal uitgelig en bespreek word.

In hierdie hoofstuk sal daar ook gewys word op moontlike kritiek teen die ondersoek en verdere navorsingsmoontlikhede sal uitgewys word wat na vore gekom het tydens die uitvoer van die studie. Laastens sal die IFP-model as teoretiese konstruk geëvalueer word. Daar sal onder meer gekyk word na of die model die studie van beeldvorming vergemaklik het, en of die interaksie tussen die aspekte van die model lei tot 'n ware en akkurate verduideliking van dié resultate.

5.2 Oorsigtelike beskouing

Hierdie studie poog om die balans tussen die relasionele boodskap en ekspressiewe boodskap in die US se donasiebriewe te toets. Die relasionele boodskap verwys na twee aspekte:

- a) Die skrywer se verwysing na die leser
- b) Die skrywer se verwysing na die verhouding tussen die leser en skrywer

Die ekspressiewe boodskap verwys na die beeld wat die skrywer van homself in die teks inbou.

Deur middel van 'n funksionele teksanalise is daar deur die navorser vasgestel dat daar 'n wanbalans bestaan tussen die twee boodskappe in die oorspronklike US-donasiebrief. Die navorser het aangedui dat wanneer die ekspressiewe boodskap die relasionele boodskap domineer, die alumnus nie 'n 'teenwoordigheid' in die teks het nie, en dus nie werklik daarmee kan identifiseer nie. Dit was die probleem met die oorspronklike brief. Met behulp van literatuur, is 'n nuwe weergawe van die donasiebrief ontwerp, waarin die twee boodskappe in verhouding met mekaar gebring word. Die inhoud is identies, maar die twee briewe verskil stilisties. Om eksterne faktore buite rekening te laat wanneer alumni die twee briewe evalueer, is daar gepoog om vas te stel wat hulle huidige opinie omtrent die US, en die US se kommunikasie is. Daar is ook ondersoek ingestel of die alumni voel dat hulle en die US 'n verhouding het. Die hipotese hieragter was dat as alumni 'n gunstige beeld van die US het, hulle ook die kommunikasie (insluitende die donasiebrief) positief sal ervaar.

Daar is ook gepostuleer dat die drie aspekte, naamlik die verhouding tussen die US en alumni, die US se kommunikasie en die US se beeld se resultate positief met mekaar sou korreleer, d.w.s. as iemand positief oor een sou voel, hy positief oor die ander ook sou voel.

Laastens is daar aangeneem dat alumni 'n positiewer respons sou toon teenoor 'n brief wat meer mensvriendelik en informeel voorkom – dit is opgebreek in verskeie teksaspekte wat getoets is in die vraelys. Hierdie oorsig was slegs 'n kort bespreking van die studie - die ware probleemstellings word in die volgende gedeelte gegee.

5.3 Bespreking van probleemstellings

Die probleemstellings anker die studie. In hierdie gedeelte word die probleemstellings en hulle relevante resultate bespreek.

1. Stem die uitgestraalde beeld en die gewenste beeld van die US ooreen, volgens die alumni?

Om hierdie vraag te beantwoord, word daar na twee aspekte gekyk: hoe die US homself definieer, en hoe die US gesien word deur die alumni. Die eerste aspek kan beantwoord word deur na die dokumentasie oor korporatiewe identiteit te kyk wat die US op sy webtuiste vrystel. In hierdie dokumentasie word daar breedvoerig uiteengesit wat die US is, en hoe hy wil bekend staan. Die US beskryf homself as 'n "voorstel akademiese instelling...toonbeeld van statigheid en standvastigheid..." met 'n "onvermoeide strewe na vernuwing, terwyl ons steeds tot ons erfenis verbind bly." (US Webtuiste, 2009).

Die tweede aspek word beantwoord deur na die vraelys te kyk. Op vrae wat handel oor die US se akademie, personeel, multikulturalisme, gemeenskapsdiens, strewe ens, het die alumni (van hier af genoem respondente) positief reageer. Die vrae onder die vraelys se afdeling A, wat handel oor die US se beeld, is spesifiek so gekies en geformuleer om die US se leuse en identiteit te eggo (byvoorbeeld die woord 'kennisvennoot' is net so gebruik, om te toets of die woord enige waarde dra vir die respondente). Dit is hoekom afdeling A so komprehensief is, en hoekom dit 'n duidelike prentjie behoort te skets oor watter aspekte van die US moontlike probleemareas is.

Alhoewel daar oor die algemeen 'n goeie resultaat gelewer is (die meerderheid van die vrae het "stem saam" en "stem volkome saam" as die standaard) word dit 'n persentasie-geveg: As die US 61% behaal het vir toeganklikheid, is dit wat die US-bestuur beoog het? Daar kan geargumenteer word dat die US 'n goeie resultaat gekry het, maar met die potensiaal om te verbeter op die areas wat laer response behaal het. Die laagste response (d.w.s. onder 50%) wat verkry is, is multikulturalisme (43%), en hantering van diversiteit (41%).

Dit kan wees omdat diversiteit in Suid-Afrika steeds 'n brandpunt is, of dat die herposisionering van die US spesifiek ten opsigte van hierdie punt, nog nie

heeltemal voltooid is nie, of – en dit kan dalk problematies vir die Universiteit wees – dat die respondente nie sterk voel oor hierdie aspekte van die US se identiteit nie.

2. Sou alumni 'n positiewer reaksie toon op 'n brief waar die balans tussen die twee boodskappe herstel word, d.w.s. as die sosiale afstand tussen die skrywer en leser kleiner is?

Die resultate toon dat respondente oor die algemeen wel 'n voorkeur het vir 'n brief waarin daar 'n kleiner sosiale afstand tussen die skrywer en leser is. Hierdie verkleinde sosiale afstand is die resultaat van 'n goeie balans tussen die leser en skrywer se teenwoordigheid in die teks, wat deur die relasionele en ekspressiewe boodskappe onderskeidelik verteenwoordig word. 63% van die respondente het gehou van die herontwerpte brief, teenoor die 42% wat die oorspronklike brief gekies het. 21% het aangedui dat hulle nie van die herontwerpte brief hou nie, en 36% van die respondente die oorspronklike brief afgekeur het.

Terwyl 'n redelike groot persentasie dus aangetoon het dat hulle brief B (die herontwerpte een) verkies, beteken dit nie dat brief A (die oorspronklike brief) onpopulêr was nie. Hierdie tipe resultate kan aandui dat respondente oor die algemeen tevrede was met die oorspronklike brief, maar wanneer hulle met 'n alternatief gekonfronteer word, hulle eerder die meer mensvriendelike weergawe verkies.

3. Verkies ouer alumni 'n formeler brief teenoor jonger alumni?

Die oorspronklike brief (dus, brief A) word hier gestel as die formeler brief. Die resultate het getoon dat daar nie 'n beduidende verskil is tussen voorkeur vir brief A of B is onder die ouer as 35 groep nie. 47% van die respondente ouer as 35 het brief A gekies, terwyl 56% brief B verkies het. Die veronderstelling dat ouderdom 'n relevante faktor is wanneer dit kom by formaliteit van 'n brief is dus ongegrond.

4. Verkies bruin persone 'n stilisties verskillende brief as wit persone?

Nee. Die resultate dui meestal daarop dat daar geen statisties beduidende verskil is tussen die voorkeure van bruin en wit persone tussen die twee briewe nie. Die enigste geval in die studie waar daar wel 'n merkbare verskil in response was,

was omdat die inhoud dieselfde was, maar anders gestel is. Terwyl die oorspronklike brief verwys het na die noodsaaklikheid van beurse, het die herontwerpte brief gesinspeel op die feit dat behoeftige persone beurse nodig het (dit is ingevoeg as deel van die relasionele boodskap). Wit persone het toe 'n voorkeur vir die oorspronklike brief gewys, terwyl bruin persone meer gemotiveer is deur die herontwerpte weergawe. Die response het aangedui dat laasgenoemde van die idee van samesyn en hulp hou, terwyl eersgenoemde die herontwerpte weergawe met skuldgevoelens geassosieer het.

5. Het alumni se houding teenoor die US verander saam met die beeldverandering?

Daar het 'n baie klein houdingsverandering ingesluip by respondente terwyl die US se herposisionering plaasgevind het. In twee vrae wat handel oor die respondente se houding teenoor die US in die verlede en nou, is gevind dat daar 'n afname in positiewe response was, en 'n toename in negatiewe en neutrale response. Dit wil sê dat respondente in die verlede meer positief was oor die US as wat hulle nou is. Hierdie verandering word opgemerk oor al vier groepe respondente.

Alhoewel respondente dan nog 'n positiewe beeld oor die US het, voel hulle miskien nie meer so sterk verbonde aan die instansie nie. Die meer waarskynlike verduideliking is egter dat die US tot 'n klein mate geloofwaardigheid verloor het by groepe mense, en dat respondente nou meer negatief reageer omdat andere die US as negatief sien – dit mag die graad van trotsheid wat hulle sal voel, beïnvloed.

6. Het die sterkte van die verhouding tussen alumni en die US enige uitwerking op die beeld wat hulle van die US het?

Ja. Daar is 'n redelike positiewe korrelasie gevind tussen die resultate vir die verhouding en resultate vir die US se beeld (Spearman $r = 0.55$). Dit sou beteken dat respondente wat voel dat hulle nog sterk verbonde is aan die US, ook 'n positiewe beeld oor die US het.

7. As die US se beeld positief is, sal sy kommunikasie ook noodwendig positief gesien word?

Die resultate toon dat daar wel 'n redelike sterk positiewe korrelasie is tussen die kommunikasie en beeld van die US (Spearman $r = 0.59$). Daar is dus gevind dat wanneer respondente 'n positiewe beeld van die US het, hulle kommunikasie vanaf die instansie ook op 'n positiewe wyse sal evalueer. Die telling dui wel daarop dat hier nog ruimte vir verbetering in die korrelasie is.

5.4 Tematiek van die vraelys

In hierdie gedeelte sal daar twee onderafdelings wees; Temas en Teksaspekte. Die meer abstrakte aspekte van beeldvorming (soos mense se houdings teenoor die instansie) word onder "Tematic van die vraelys" bespreek, terwyl Teksaspekte eksklusief fokus op houdings oor byvoorbeeld aanspreekvorme ens. Hierdie gedeelte behoort 'n refleksie te wees op die resultate soos dit uitgepak word in die vraelys.

5.4.1 Die beeld van die US

Die studie sentreer wel rondom beeldvorming in kommunikasie, maar kommunikasie (of dan tekste) is nooit geïsoleer nie. Daar sal noodwendig interaksie plaasvind tussen die tekste self, en die konteks waarbinne die tekste funksioneer. Dit is dus belangrik om eers die konteks te bestudeer – in hierdie geval die US self – en enige probleme of negatieweiteit te verdiskonteer wat die opname van die tekste deur lesers kan beïnvloed.

In hierdie studie is daar gevind dat die US oor die algemeen 'n positiewe beeld het. Positieweiteit kan egter relatief wees; vir die doel van hierdie studie is daar besluit om 'n konkrete afsnypunt te bepaal. Alle response wat die hoogste twee positiewe waardes het ("stem saam" en "stem volkome saam"), word gesien as positief. Die middelste drie waardes ("stem soms saam", "neutraal" en "stem selde saam") word gesien as onseker, omdat dit nie 'n sterk waarde deurgee nie. Die laagste drie waardes ("stem nie saam nie" en "stem glad nie saam nie") word gesien as negatief.

Die enigste werklike tendens wat na vore gekom het in terme van die US se beeld, is dat daar nie beduidende verskille tussen die twee rasgroepe was nie – beide wit en bruin persone het 'n positiewe (en soortgelyke) beeld van die US gehad. Persone jonger as 35 het egter konsekwent 'n positiewer resultaat getoon as ouer persone. Dit kan wees dat hulle 'n meer resente beeld van die US het, en dit dus in 'n meer positiewe lig sien.

Daar kan geargumenteer word dat die kontroversie en resente media-negatiwiteit nie werklik 'n effek gehad het op die US se beeld nie – dit kan beteken dat mense, en veral hierdie respondente se beeld van die US gegrond is op hulle werklike ervarings, en dat hulle glo in die herposisionering van die US. Die feit dat die US se prioriteite steeds vooruitstrewendheid en die hoogste akademiese standaard is, help dat die US steeds 'n bestendige beeld uitstraal te midde van die herposisionering en enige kontroversie. Hierdie resultate is baie gunstig vir die Universiteit en skep 'n gesonde basis vir positiewe kommunikasie.

5.4.2 Die kommunikasie van die US

Respondente se houding teenoor die US se kommunikasie is oor die algemeen positief – hulle dui aan dat die kommunikasie nie vervelig is nie, en selfs dat baie van hulle nie geïrriteerd voel wanneer hulle donasiebriewe kry nie. Dit is egter moontlik dat mense wat geïrriteer word deur die briewe, net nie aan die studie deelgeneem het nie. Die respondente vind die kommunikasie professioneel en hulle lees dit ook gereeld.

Dit mag egter wees dat respondente oor die algemeen positief voel oor die kommunikasie, maar wanneer hulle 'n alternatiewe weergawe saam met die oorspronklike kry, dat hulle 'n ander aanslag verkies. Respondente, of enigiemand anders wat nie ingestel is op teks self nie, sal miskien nie vanself kan raaksien wat hulle negatief stem in 'n teks nie – daarom is 'n binnegroepe-ontwerp gedoen met twee tekste. Daar het duidelike verskille na vore gekom by nadere ondersoek van die tekswessies, al is die resultaat vir die huidige kommunikasie positief.

5.4.3 Alumni se verhouding met die US

Die respondente het aangedui dat hulle oor die algemeen steeds sterk met die US verbonde is, en dat hulle identifiseer met die US. Hulle voel dat daar wel 'n

gemeenskaplike band tussen hulle en die instansie is – hulle voel dat die instansie trots is op hulle, en dat die US moeite doen om in verbinding te bly. Daar is egter 'n verandering in hulle houding tussen die verlede en hede: daar is 'n 6%-afname in positiewe response, en 3% toename vir neutraal en negatief onderskeidelik wanneer respondente gevra is of hulle steeds trots is om 'n matie te wees (en of hulle in die verlede was). Die vraag ontstaan nou; wat het hierdie verandering teweeg gebring?

5.3. Teksaspekte

5.3.1 Aanspreekvorme

Die voorkeur ten opsigte van aanspreekvorme het redelik verskil tussen die verskillende responsgroepe, alhoewel die meerderheid respondente aangedui het dat hulle nie omgee hoe hulle aangespreek word nie. Daar is nie 'n groot verskil tussen die twee rasgroepe se antwoorde nie, maar dit is duidelik dat jonger respondente 'n sterker voorkeur vir die 'jy'-aanspreekvorm het as ouer respondente. Dit kan gemotiveer word dat hulle miskien nog nie die vlak van respek (soos ingebou in die aanspreekvorm) van die US verwag nie, maar miskien later van opinie mag verander.

5.3.2 Woordkeuse

In die vraelys is veral formele en onnodige taalgebruik uitgewys vir respondente om op te reageer – daar het egter botsende resultate te voorskyn gekom. Terwyl respondente 'n voorkeur getoon het vir "sodanige" as formeler woordkeuse oor "hierdie" het hulle aangedui dat woorde soos "katalisator" te formeel is, en dat dit nie in spreektaal gebruik word nie. Daar moet gelet word wanneer die kommunikasie van die US ontwerp word, dat alumni waarskynlik 'n redelik formele (wat hulle sien as professionele) aanslag verkies, maar met woorde wat in hulle daaglikse taalgebruik voorkom, anders kan dit as té hoogdrawend ervaar word.

5.3.3 Sinskonstruksie

Respondente het gevoel dat leestekens in lang paragrawe (soos in die oorspronklike brief) help om die boodskap te ontsluit, en sommige het gevoel dat minder woorde ook minder inligting beteken. Die meerderheid van respondente

het egter die herontwerpte brief gekies omdat die paragraaf in meer sinne verdeel is. Respondente het genoem dat dit makliker lees, en op 'n ander relevante vraag, genoem dat hoe vinniger 'n brief tot 'n punt kom, hoe beter. Dit is simplisties gestel, maar wys dat kort en kragtige sinne tog voorkeur geniet bo langer sinne.

5.3.4 Die relasionele boodskap

Respondente het baie positief gereageer op enige verwysing van 'n verhouding tussen hulle en die US – hulle het genoem dat hulle die saamgroepering “bevredigend” vind. In verskeie vrae word die relasionele boodskap getoets ten opsigte van die verhouding tussen die twee partye, en elke keer is kommentaar gelewer op die relasionele aspek wat ingebou is (byvoorbeeld die woord “saamspan” het veral aandag geniet). Dit beteken dat respondente die verskil raaksien tussen 'n brief waar die relasionele boodskap meer aanwesig is, en dat hulle 'n voorkeur daarvoor het.

5.3.5 Beeldspraak

Beeldspraak in dié geval is problematies om te bespreek omdat die motivering agter response nie altyd duidelik is nie. Dit kan wees dat die beeldspraak in die donasiebrief nie gepas is vir die kommunikatiewe konteks nie, maar respondente mag dit miskien nie raaksien nie. Sommige het egter genoem dat dit uit plek voorkom, en dat dit “corny” is, wat aandui dat die beeldspraak oneffektief is, juis omdat dit ongeloofwaardigheid aan die kant van die US kweek. Daar is telkens beter gereageer op konkrete stellings, miskien omdat respondente voel hulle word nie blootgestel aan ‘bemarkingsmetodes’ nie.

Beeldspraak mag hier in verband gebring word met bemerking omdat beide poog om 'n aspek beter te laat voorkom as wat dit is, teenoor 'n konkrete stelling, byvoorbeeld “n Baken vir Hoop uit Afrika.” Die stelling kan nie maklik gekonkretiseer word nie, en kan dus voorkom as iets wat klink na 'n leë belofte, of moeilik hanteerbare abstrakte stelling.

5.5 Die IFP-model as teoretiese konstruk

Daar word hier op twee maniere na die IFP-model gekyk – die manier waarop hy die analise, asook die vraelys beïnvloed het. Die doel van enige teoretiese model

is om die navorsing van 'n aspek te vergemaklik. In hierdie geval word dit effens gekompliseer deurdat die interaksie tussen die verskillende faktore konstrute soos beeld, identiteit ens. uitgewys word. Dit kan dus maklik wees om koers te verloor. Dit is belangrik om te onthou dat alhoewel die model redelik gekompliseerd is, wanneer die konstrute individueel behandel word, raak die verbande tussen die konstrute baie duideliker. Wanneer 'beeld' byvoorbeeld behandel word, is dit duidelik uit die definisie (wat in Hoofstuk twee bespreek word) dat dit verband hou met 'identiteit' en 'kultuur'.

Uiteindelik is die doel van die model om die verband tussen die verskillende konstrute uit te wys, en aan te dui hoe dit mekaar beïnvloed. Dit is dan waar die model slaag om die navorsing te stuur: dit vorm 'n teoretiese 'ruggraat' sodat die konstrute individueel bestudeer kan word, en dan saamgevoeg kan word sodat dit nogsteeds 'n koherente geheel vorm.

Hierdie geheel kan dan toegepas word op 'n gevallestudie (in dié geval die US) om te bepaal wat die beeld van 'n instansie is, en waar moontlik problematiek kan insluip. Dokumentontwerp-aspekte word ook in verband gebring met groter konstrute op 'n beredeneerde manier. Deur die omsigtige bestudering van die teksaspekte kan inligting oor die groter konstrute bekom word, en dit is onder andere waar die interaksie in die model gebeur.

Die IFP-model se effek op die meetinstrument is ook sigbaar. Deur na die model te kyk, kan 'n navorser besluit hoe om die vraelys aan te pak, d.w.s. op watter aspekte van beeld gefokus moet word – byvoorbeeld gewenste beeld, identiteit, relasionele boodskappe ens, en hoe dit verband hou met beeldvorming. Wanneer die navorser duidelikheid het oor die tematiek wat hy ondersoek in sy navorsing, kan die model gebruik word om hierdie tematiek op 'n geordende wyse te toets.

5.6 Selfkritiek

Daar is 'n paar faktore in hierdie studie wat dit kon benadeel, en dit sal vervolgens bespreek word.

Die sewe-punt Likert-skaal is wel 'n geskikte instrument om houding mee te meet, maar dit het 'n beperking. Omdat daar so 'n breë keuse van antwoorde is, is dit moeilik vir 'n navorser om werklik beduidende resultate te kry. 'n Vyf-punt Likert-skaal sou miskien meer gepas gewees het, en duideliker tendense uitgewys het.

Die lengte van die vraelys het definitief teen die navorsing getel. Omdat die navorser komprehensief wou omgaan met die kwessies wat die US se beeld, kommunikasie en verhoudings kon beïnvloed, is daar uiteraard baie vrae gestel aan 'n groep mense wat inherent nie werklik wil lees nie. Minder vrae sou waarskynlik 'n hoër responskoers beteken het, asook meer gedetailleerde antwoorde.

Die distribusiemetode en formaat van die vraelyste was nie ideaal nie. Die navorser wou geografiese ligging as 'n veranderlike neutraliseer, wat gelei het tot die keuse van e-pos as distribusiekanaal. 'n Word-dokument is elektronies aan respondente gestuur om in te vul en terug te pos op dieselfde manier. Baie respondente het hiermee gesukkel (byvoorbeeld geen lêer is aangeheg nie, oop vrae is nie beantwoord nie, ens.) Daar sou waarskynlik van 'n webgebaseerde vraelys gebruik kon gemaak word om die beantwoording te vergemaklik.

Die Stellenbosch Stigting het die vraelyste namens die navorser uitgestuur, en dit het waarskynlik die betrokkenes tot 'n mate verontrief. Die respondente mag ook tot 'n mate bevooroordeeldheid gewees het in hul vraelyste omdat die Stigting (nie die navorser nie) hulle name gesien het, en dus weet van wie af die antwoorde kom.

5.7 Verdere navorsingsmoontlikhede

'n Donasiebrief van die US is hier as 'n gevallestudie-binne-'n-gevallestudie geteiken – die studie kan herhaal word om ander dokumente ook te toets vir positiewe of negatiewe beeldvorming. Terwyl dokumente aan kliënte van 'n instansie gestuur word, sal dit noodsaaklik bly om hierdie dokumente se effektiwiteit en beelduitstraling te toets.

Die studie is uitgevoer op Afrikaanssprekende persone – persone van 'n ander taalgroep mag 'n ander beeld van die US hê, juis omdat dit 'n histories Afrikaanse universiteit is.

Uit die US se demografie op kampus is dit duidelik dat die bruin en wit studente die meerderheid is. As 'n soortgelyke studie gedoen word op ander bevolkingsgroepe, spesifiek swart persone, mag die resultate anders lyk. Daar kan byvoorbeeld bepaal word hoe toeganklik en multikultureel die US ervaar word

deur swart persone, wat die meerderheid van die laer sosio-ekonomiese groep uitmaak.

5.8 Samevatting

Respondente het oorwegend die herontwerpte weergawe van die donasiebrief verkies, alhoewel die oorspronklike een nie swak gevaar het nie. Die IFP-model is effektief in die sin dat dit die verband tussen stylkonstrukte en groter konsepte soos beeld verduidelik, maar dit het tog beperkinge. Die US het steeds 'n positiewe beeld by sy alumni. Met die beredeneerde bestuur daarvan, sal die US konflik soos die taaldebat se beskadigende effekte besweer.

Bronnelys

Albert, S., & Whetten, D.A., 1985. Organizational identity. *Research in Organizational Behavior* 7. pp. 263 – 295

Bernstein, D., 1985. Corporate image and reality. A critique of corporate communications. East Sussex: Holt Rinehart and Winston Ltd

Bless, C. & Higson-Smith, C., 1995. *Fundamentals of social research methods. An African Perspective*. 2nd edition. Kenwyn: Juta & Co Ltd

Bromley, D.B., 2000. Psychological Aspects of Corporate Identity, Image and Reputation. *Corporate Reputation Review*, 3(3), pp.240-252

De Stadler, L.G., 2008. Aspekte van Styl. (Universiteit Stellenbosch, klasnotas)

De Stadler, L.G., 2009. *Integrated Communication Model of IFP. Ongepubliseerde artikel*. Stellenbosch: Universiteit Stellenbosch.

Du Plessis, P., 2007. *Strategiese linguistiese beleefdheid en institusionele beeld. 'n Ondersoek na die invloed van beleefdheidstrategieë op institusionele beeld deur gepaarde waarnemings*. MPhil. Stellenbosch: Universiteit Stellenbosch

Du Toit, P. & Smith-Muller, W., 2003. *Stylboek – Riglyne vir paslik skryf.*: Pretoria: Van Schaik uitgewers

Fielder, E.P. & Bourque, L.B., 2003. *How to conduct Self-Administered and Mail Surveys. 2nd edition. The survey kit 2*. London: Sage publications

Fink, A., 2003. *How to ask survey questions. 2nd edition. The survey Kit 2*. London: Sage publications

Gioia, D.A., Schultz & M, Corley, K.G., 2000 Organizational identity, image and adaptive instability. *The Academy of Management and Review*, 25 (1), pp. 63–81

Hagan, W., 2009. *Die invloed van mensgerigste tekste op institusionele beeld. 'n Ondersoek na die invloed van mensgerigtheid op institusionele beeld in vorms*. MPhil. Stellenbosch: Universiteit Stellenbosch

Hatch, M.J. & Schultz, M., 1997. Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of Marketing*, 31(5/6), pp.356-365

Melewar, T.C., & Karaosmanoglu, E., 2006. Seven dimensions of corporate identity: A categorisation from the practitioners' perspectives. *European Journal of Marketing*, 40(7/8), pp.846-869

October, H. 2008. Agtergrond oor alumni. [Onderhoud] (Persoonlike kommunikasie, 17 November 2009).

Renkema, J., 1989. *Schryfwijzer. Volledig herziene editie*. 's-Gravenhage: SDU uitgewerij (Daar is ook 'n nuwe weergawe, naamlik van 2002. Vir die doel van die studie is die weergawe soos gelys geraadpleeg)

Steehouder, M., et al., 1992. *Leren Communiseren. Handboek voor mondelinge en schriftelijke communicatie*. Groningen: Wolters-Noordhoff (Daar is ook 'n nuwe weergawe, naamlik van 2006. Vir die doel van die studie is die weergawe soos gelys geraadpleeg)

Sundeen, R. A., & Raskoff, S. A., 1995. Teenage volunteers and their values. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 24, pp.337-357.

Universiteit Stellenbosch Webtuiste. 2009. *Korporatiewe Identiteit*. Aanlyn: Stellenbosch [Intyds]
http://www.sun.ac.za/university/ciguidelines_new/ciguidelinesafrikaans/Inleiding.htm [Besoek 17 Junie 2009]

Van Heerden, S. 2008. Agtergrond oor skenkings. [Onderhoud] (Persoonlike kommunikasie, 10 November 2008).

Van Riel, C.B.M., 1995. *Principles of Corporate Communication*. Hertfordshire: Prentice Hall

Wilson, A.M., 2001. Understanding organisational culture and the implications for corporate marketing. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), pp.353-367

Bylaag A

BRIEF A

01 Januarie

Mnr. X Anoniem
Merrimanlaan 23
Stellenbosch
7600

Beste X

Baie dankie vir u deurlopende belangstelling in die aktiwiteite van die Universiteit Stellenbosch (US). Dit word opreg waardeer.

Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar ook tog anders te wees – 'n Baken vir Hoop vanuit Afrika.

Om sodanige posisionering moontlik te maak sal 'n enorme uitdaging wees, maar een wat die US waardig is. Enige poging om die US te laat uitstyg tot 'n universiteit van wêreldformaat sal gewis ook nie maklik of goedkoop wees nie. Nietemin is dit egter die soort uitdaging wat die meeste mense sal motiveer en inspireer.

Die US is 'n internasionale suksesstorie in wording en te midde van vele veranderinge staan die akademie besonder sterk op Stellenbosch - en om na die akademie om te sien bly die belangrikste taak van die US.

'n Beduidend beter US sal voortreflike opleiding, navorsing en gemeenskapsinteraksie bevorder en sterk en kompeterende voordele vir hoer onderwys in die Wes-Kaap, Suid-Afrika en Afrika skep. 'n Beduidende anderse US sal diversiteit van idees en mense (nasionaliteit, ras en geslag en vermoë) bevorder.

Sakeredes vir die herposisionering sluit in dat die US homself in 'n toenemend kompeterende en komplekse omgewing moet onderskei; relevant moet wees in sy sosio-ekonomiese konteks – plaaslik asook globaal en meer toeganklik moet wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

Om die US nog sterker te laat staan met betrekking tot studentesukses, personeelsukses, navorsingsvoortreflikheid, behoorlike fasiliteite en infrastruktuur, asook finansiële volhoubaarheid sal nie maklik binne die US se bestaande begroting of enige toekomstige 'besigheid soos gewoonlik' begroting bewerkstellig kan word nie.

Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as katalisator en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat 'n beduidende bykomende bedrag oor 'n tydperk van die US se lojale ondersteuners verkry sal moet word. Nuwe ondersteuners sal ook in die proses gevind moet word. Eksterne befondsing word voortdurend by die regering, die privaatsektor, individue (insluitend alumni) asook filantropiese stigtings, plaaslik en oorsee, gesoek.

Die US bly 'n gesogte en betroubare vennoot vir weldoeners en sy bestaande donateurs. Derhalwe word die direkte versoek om groter finansiële steun aan u , in u persoonlike hoedanigheid, as 'n lojale en ondersteunende alumnus en/of donateur gemaak. As u egter vra watter voordele 'n skenking aan die US inhou, dan antwoord ek dit met een woord: betekenisvolheid. Die wete dat u in iets of iemand belê wat in 'n sekere mate ewigheidswaarde het. Die US vra nie 'n oop beursie nie, maar slegs 'n oop hart. Laat u skenking u nalatenskap wees.

Onthou u kan spesifiseer hoe u skenking aangewend moet word, byvoorbeeld vir fakulteitspesifieke navorsing, verskillende beursprogramme, u ou koshuis, die onderskeie sportkodes, ens. Daar is veral 'n behoefte aan beurse vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

Vind dus ingesluit 'n skenkingsvorm met al die US se besonderhede van hoe om 'n skenking te maak. Verdere inligting is beskikbaar op www.sun.ac.za/stigting

Ek sien daarna uit om van u te hoor.

Mnr. Y Persoon
Koördineerder: Skenkings

Bylaag B

BRIEF B

01 Januarie

Mnr. X Anoniem
Merrimanlaan 23
Stellenbosch
7600

Beste X

Baie dankie vir jou deurlopende belangstelling in die aktiwiteite van die Universiteit Stellenbosch (US). Ons waardeer dit opreg.

Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar tog ook anders te wees: 'n universiteit waarop ons alumni trots kan wees.

Om hierdie posisionering moontlik te maak sal 'n enorme uitdaging wees, maar een wat die US waardig is. Om die US te laat uitstyg as 'n universiteit van wêreldformaat is nie maklik of goedkoop nie. Tog is dit die soort uitdaging wat ons almal kan inspireer.

Die US is 'n internasionale suksesstorie in wording en te midde van baie veranderinge staan die akademie besonder sterk op Stellenbosch - en om na die akademie om te sien bly die belangrikste taak van die US.

'n Beduidend beter US sal voortreflike opleiding, navorsing en gemeenskapsinteraksie bevorder, en sterk, kompeterende voordele vir hoër onderwys in die Wes-Kaap, Suid-Afrika en Afrika skep. 'n Beduidend anders US sal ook diversiteit van idees en mense (nasionaaliteit, ras en geslag en vermoë) bevorder.

Die US se herposisionering beteken dat homself moet kan onderskei in 'n komplekse en kompeterende omgewing. Hy moet relevant kan wees in sy sosio-ekonomiese konteks, plaaslik asook globaal. Daar word ook 'n poging aangewend om meer toeganklik te wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

Om die US nog sterker te laat staan met betrekking tot studentesukses, personeelsukses, navorsingsvoortreflikheid, behoorlike fasiliteite en infrastruktuur, asook finansiële volhoubaarheid, sal nie maklik binne die US se gewone begroting pas nie.

Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as 'n beginpunt en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat die US en sy waardevolle alumni moet saamspan om 'n beduidende bedrag oor 'n tydperk te bekom. Nuwe ondersteuners sal ook in die proses gevind moet word. Eksterne befondsing word voortdurend by die regering, die privaatsektor, individue, asook filantropiese stigtings, plaaslik en oorsee, gesoek.

Die US bly 'n gesogte en betroubare vennoot vir weldoeners en sy bestaande donateurs. Ons versoek dus ons lojale alumni om die universiteit finansiëel te ondersteun. As jy egter vra watter voordele 'n skenking aan die US inhou, dan is die antwoord een woord: betekenisvolheid. Die wete dat jy in iets of iemand belê

het, wat in 'n sekere mate ewigheidswaarde het. Laat jou skenking jou nalatenskap wees, en kom ons bou so saam 'n voortreflike universiteit.

Onthou jy kan spesifiseer hoe jou skenking aangewend moet word, byvoorbeeld vir fakulteitspesifieke navorsing, verskillende beursprogramme, jou ou koshuis, die onderskeie sportkodes, ens. Jy kan veral 'n verskil maak vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

Ons sluit 'n skenkingsvorm in met al die US se besonderhede van hoe om 'n skenking te maak. Verdere inligting is beskikbaar op www.sun.ac.za/stigting

Ons sien daarna uit om van jou te hoor.

Mnr. Y Persoon
Koördineerder: Skenkings

Bylaag C

Onderzoek oor kommunikasie met alumni

Baie dankie dat u bereid is om deel te neem in hierdie studie.
Lees asseblief die twee ingeslote dokumente, brief A en brief B, noukeurig voordat u Afdeling E se vrae beantwoord. U inset in hierdie verband word baie waardeer.

Sterkte!

Biografiese Inligting

Tik asseblief 'n kruisie in die blokkie wat op u van toepassing is.

1. Hoe oud is u op die oomblik?

<input type="checkbox"/>	35, of jonger as 35
<input type="checkbox"/>	Ouer as 35
<input type="checkbox"/>	60, of ouer as 60

2. Dui aan tot watter rassegroep u behoort (Hierdie inligting word op 'n sensitiewe manier hanteer, maar is wel nodig binne die betrokke ondersoek):

<input type="checkbox"/>	Bruin
<input type="checkbox"/>	Wit
<input type="checkbox"/>	Ander (spesifiseer)

Afdeling A

Trek asseblief 'n kruisie in die blokkie wat u opinie die beste oordra. Skryf asseblief u kommentaar (indien enige) in die oop spasie aan die einde van die afdeling.

3. Die Universiteit Stellenbosch (US) handhaaf hoë akademiese standaarde.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Die US is 'n multikulturele omgewing.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Ek vind die US toeganklik.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

6. Die US is 'n kennisvennoot vir sy studente en oudstudee.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

7. Die US respekteer my.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

8. Die US verstaan die demografiese behoeftes van die omgewing waarin hy funksioneer.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

9. Die US is betrokke by die plaaslike gemeenskap.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

10. Ek voel gelukkig met die manier waarop diversiteit deur die US hanteer word.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

11. Die US plaas baie klem op tradisie.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

12. Die akademiese personeel aan die US is bekwaam.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

13. Die administratiewe personeel aan die US is bekwaam.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

14. Is daar enige ander eienskappe wat volgens u pas by die Universiteit Stellenbosch? Indien wel, watter?



Afdeling B

Trek asseblief 'n kruisie in die blokkie wat u opinie die beste oordra. Skryf asseblief u kommentaar in die oop spasie aan die einde van die afdeling.

15. Ek is gelukkig met die manier waarop die US met my kommunikeer.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

16. Ek vind die US se kommunikasie professioneel.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

17. Ek lees altyd die kommunikasie wat die US aan my stuur.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

18. Ek vind die kommunikasie van die US vervelig om te lees.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

19. Die US kom eerlik en opreg voor in sy briewe.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

20. Die US ag my as belangrik.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

21. Die US wil graag 'n goeie verhouding bou met sy alumni.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

22. Die algehele beeld wat ek oor die US het, is positief.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

23. Het u enige ander opmerkings oor die US se kommunikasie en beeld? Indien wel, watter?

Afdeling C

Trek asseblief 'n kruisie langs die opsie wat op u van toepassing is.

24. Ek het al 'n donasievorm/brief van die US ontvang

<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nee

25. Ek wil aangespreek word as:

<input type="checkbox"/>	"u"
<input type="checkbox"/>	"Jy"
<input type="checkbox"/>	Ek is onseker oor hoe ek aangespreek wil word.
<input type="checkbox"/>	Ek gee nie om hoe ek aangespreek word nie.

26. Ek hou van die styl waarin brief A geskryf is.

<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nee
<input type="checkbox"/>	Ek is onseker

27. Ek hou van die styl waarin brief B geskryf is.

<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nee
<input type="checkbox"/>	Ek is onseker

28. Brief A bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.

<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nee
<input type="checkbox"/>	Ek is onseker

29. Brief B bevat bewoording en/of frases wat ek nie in my alledaagse omgang sou gebruik nie.

<input type="checkbox"/>	Ja
<input type="checkbox"/>	Nee
<input type="checkbox"/>	Ek is onseker

30. As u "Ja" geantwoord het op vraag 28 of 29, kan u asseblief aandui watter woorde of frases u gepla het?

In teks A:

In teks B:

Afdeling D

Trek asseblief 'n kruisie in die blokkie wat u opinie die beste oordra. Skryf asseblief u kommentaar in die oop spasie aan die einde van die afdeling.

31. Ek voel nog sterk verbonde aan die US.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

32. Ek voel lojaal teenoor die US.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

33. My waardes stem ooreen met die US se waardes.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

34. Ek was in die verlede trots om 'n Matie te wees.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

35. Ek is vandag nog trots om 'n Matie te wees.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

36. My vriendekring en/of familie voel positief oor die US as 'n instansie.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

37. Ek voel geïrriteerd wanneer ek 'n donasiebrief kry, ongeag die bron.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

38. My vriendekring en/of familie skenk graag geld aan die US.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

39. Ek skenk graag geld aan die US

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

40. Ek skenk graag geld aan ander organisasies

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

41. Die US doen moeite om in verbinding te bly met sy alumni

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

42. Ek voel die US luister na my griewe en klagtes

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

43. Ek dink die US is trots op sy alumni

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

44. Ek het goeie ervarings gehad met my dosente aan die US

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

45. Ek het goeie ervarings gehad met die administratiewe beamptes aan die US.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

46. Ek woon graag alumni-skakelingsgeleenthede by.

Stem glad nie saam nie	Stem nie saam nie	Stem selde saam	Neutraal	Stem soms saam	Stem saam	Stem volkome saam

Afdeling 2

In hierdie afdeling word twee frases uit elke teks (A en B) aan u voorgelê. Lees asseblief altwee frases noukeurig deur voordat u die betrokke vraag beantwoord.

47.

a) Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar ook tog anders te wees – 'n Baken vir Hoop vanuit Afrika.

b) Die US wil hom graag posisioneer om 'n daadwerklike verskil in ons land te maak en om beduidend beter, maar tog ook anders te wees: 'n universiteit waarop ons alumni trots kan wees.

Watter aanhaling straal die US se beeld meer positief uit?
Kan u dit asseblief motiveer?

48.

a) Om hierdie posisionering moontlik te maak...

b) Om sodanige posisionering moontlik te maak...

Watter sinsnede vind u meer formeel? Hoekom?

49.

a) Die US se herposisionering beteken dat homself moet kan onderskei in 'n komplekse en kompeterende omgewing. Hy moet relevant kan wees in sy sosio-ekonomiese konteks, plaaslik asook globaal. Daar word ook 'n poging aangewend om meer toeganklik te wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

b) Sakeredes vir die herposisionering sluit in dat die US homself in 'n toenemend kompeterende en komplekse omgewing moet onderskei; relevant moet wees in sy sosio-ekonomiese konteks – plaaslik asook globaal en meer toeganklik moet wees vir 'n groter deursnee van ons gemeenskap.

Watter gedeelte lees vir u makliker?
Kan u die keuse motiveer?

50.

a) Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as katalisator en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat 'n beduidende bykomende bedrag oor 'n tydperk van die US se lojale ondersteuners verkry sal moet word

b) Terwyl interne aanpassings aan die sentrale begroting gemaak sal word om as 'n beginpunt en aansporing vir ander befondsing te dien, is dit duidelik dat die US en sy waardevolle alumni moet saamspan om 'n beduidende bedrag oor 'n tydperk te bekom.

Watter gedeelte verkies u, a) of b)?
Hoekom?

51.

a) Ons versoek dus ons lojale alumni om die universiteit finansiëel te ondersteun.

b) Derhalwe word die direkte versoek om groter finansiële steun aan u as 'n lojale en ondersteunende alumnus en/of donateur gemaak

As u 'n skenking sou maak, op basis van watter opsie sou u dit wil doen? Kan u die keuse motiveer, asseblief?

52.

a) Die US vra nie 'n oop beursie nie, maar slegs 'n oop hart.

b) Laat jou skenking jou nalatenskap wees, en kom ons bou so saam 'n voortreflike universiteit.

Watter frase, volgens u, bevorder 'n positiewe beeld van die US?
Hoekom sê u so?

53.

a) Vind dus ingesluit 'n skenkingsvorm met al die US se besonderhede van hoe om 'n skenking te maak.

b) Ons sluit 'n skenkingsvorm in met al die US se besonderhede en 'n verduideliking oor hoe om 'n skenking te maak.

Verkies u opsie a) of b)?
Motiveer asseblief u antwoord.

54.

a) Tog is dit die soort uitdaging wat ons almal kan inspireer.

b) Nietemin is dit egter die soort uitdaging wat die meeste mense sal motiveer en inspireer.

Watter opsie voel u gemakliker mee?
Hoekom?

55.

a) Daar is veral 'n behoefte aan beurse vir behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

b) Jy kan veral 'n verskil maak in die lewe van behoeftige studente wat die talent het om suksesvol aan die US te studeer.

Verkies u opsie a of b?
Motiveer asseblief u antwoord.

Baie dankie vir u deelname in die studie!